

---

**BALANCE  
DE GESTIÓN INTEGRAL  
AÑO 2005**

**DIRECCION GENERAL DE  
RELACIONES ECONOMICAS  
INTERNACIONALES  
DIRECON**

**SANTIAGO DE CHILE**

Teatinos N° 180, piso 12 , Santiago  
Teléfono: 5659000 - Fax: 6960639  
[www.direcon.cl](http://www.direcon.cl)



---

# Índice

<b>1. Carta del Jefe de Servicio</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Identificación de la Institución</b> .....	<b>6</b>
• Leyes y Normativas que rigen el Funcionamiento de la Institución .....	7
• Organigrama y Ubicación en la Estructura del Ministerio .....	8
• Principales Autoridades .....	9
• Definiciones Estratégicas .....	10
- Misión Institucional .....	10
- Objetivos Estratégicos .....	10
- Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos .....	11
- Clientes / Beneficiarios / Usuarios .....	12
- Productos Estratégicos vinculado a Clientes / Beneficiarios / Usuarios .....	13
• Recursos Humanos .....	14
- Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo .....	14
- Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo .....	15
- Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo .....	16
• Recursos Financieros .....	17
- Recursos Presupuestarios año 2005 .....	17
<b>3. Resultados de la Gestión</b> .....	<b>18</b>
• Cuenta Pública de los Resultados .....	19
- Balance Global .....	19
- Resultados de la Gestión Financiera .....	22
- Resultados de la Gestión por Productos Estratégicos .....	32
• Cumplimiento de Compromisos Institucionales .....	34
- Informe de Programación Gubernamental .....	34
- Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas .....	36
• Avances en Materias de Gestión .....	37
- Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión .....	37
- Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo .....	38
- Cumplimiento de otros Incentivos Remuneracionales .....	39
- Avances en otras Materias de Gestión .....	39
• Proyectos de Ley .....	40
<b>4. Desafíos 2006</b> .....	<b>41</b>

---

<b>5. Anexos</b> .....	<b>43</b>
• Anexo 1: Indicadores de Desempeño Presentados en el Proyecto de Presupuestos año 2005 .....	44
• Anexo 2: Otros Indicadores de Desempeño .....	47
• Anexo 3: Programación Gubernamental .....	48
• Anexo 4: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas .....	49
• Anexo 5: Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2005 .....	54
• Anexo 6: Transferencias Corrientes .....	56
• Anexo 7: Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos .....	62

## Índice de Cuadros

Cuadro 1: Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo .....	14
Cuadro 2: Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo .....	15
Cuadro 3: Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo .....	16
Cuadro 4: Ingresos Presupuestarios Percibidos año 2005 .....	17
Cuadro 5: Gastos Presupuestarios Ejecutados año 2005 .....	17
Cuadro 6: Ingresos y Gastos años 2004 – 2005 .....	22
Cuadro 7: Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005 .....	24
Cuadro 8: Indicadores de Gestión Financiera .....	30
Cuadro 9: Cumplimiento Convenio Colectivo año 2005 .....	38
Cuadro 10: Cumplimiento de Indicadores de Desempeño año 2005 .....	44
Cuadro 11: Avance Otros Indicadores de Desempeño año 2005 .....	47
Cuadro 12: Cumplimiento Programación Gubernamental año 2005 .....	48
Cuadro 13: Cumplimiento Compromisos de Programas/Instituciones Evaluadas .....	49
Cuadro 14: Cumplimiento PMG 2005 .....	54
Cuadro 15: Cumplimiento PMG años 2002 – 2004 .....	55
Cuadro 16: Transferencias Corrientes .....	56
Cuadro 17: Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos .....	62

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato .....	14
Gráfico 2: Dotación Efectiva año 2005 por Estamento .....	15
Gráfico 3: Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo .....	16

---

# 1. Carta del Jefe de Servicio

Carlos Furche G.  
Director General  
de Relaciones Económicas Internacionales

La gestión desarrollada por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales – DIRECON - durante el año 2005 estuvo orientada principalmente a seguir avanzando en el proceso de integración a la economía mundial como una de las palancas principales del desarrollo nacional. A estos efectos la DIRECON ha organizado sus actividades en dos grandes áreas: a) negociaciones comerciales y b) promoción de exportaciones.

En relación al área de negociaciones se han continuado los trabajos para la firma y aprobación legislativa de nuevos acuerdos, y paralelamente se han fortalecido las actividades de seguimiento, implementación y administración de los acuerdos en vigor. En materia de promoción de exportaciones se ha fortalecido el instrumental técnico de ProChile y se han iniciado nuevas actividades de apoyo a las pequeñas y medianas empresas. Algunos de los principales hitos de nuestras actividades permiten ejemplificar adecuadamente lo anterior.

Durante el presente año se concluyó la negociación de dos nuevos Tratados de Libre Comercio (TLC), uno con la República Popular China y otro con tres socios comerciales simultáneamente: Nueva Zelandia, Singapur y Brunei (el llamado acuerdo P4). Se completó, igualmente, la negociación para un Acuerdo de Alcance Parcial con India. Todos estos acuerdos materializan la estratégica definida por el Gobierno de dar especial énfasis a nuestras relaciones con Asia. Se ha ampliado así la red de acuerdos comerciales del país con las principales economías del mundo, entre las cuales se cuentan los países del NAFTA (Estados Unidos, Canadá y México), la Unión Europea, Canadá, el Área de Libre de Europa (EFTA, por sus siglas en inglés), Corea, y prácticamente todos los países latinoamericanos, incluyendo MERCOSUR, los países del Mercado Común Centroamericano y los de la Comunidad Andina. En varios casos, durante el año 2005 también se ampliaron y profundizaron acuerdos vigentes, especialmente con países latinoamericanos. Una atención particular se consagró a las relaciones económicas con nuestros vecinos más inmediatos, lo que se ha traducido en una profundización muy significativa de las preferencias comerciales con Bolivia y en la creación de una base sólida para la futura ampliación del acuerdo vigente con Perú.

Durante el mismo período se finalizaron los trabajos del Grupo de Estudios Conjuntos con Japón, base a partir de la cual el Presidente de la República y el Primer Ministro de Japón acordaron iniciar las negociaciones para el establecimiento de un TLC entre Chile y Japón. Esta negociación con la segunda mayor economía del mundo será tarea prioritaria durante el año 2006. Siguiendo un camino similar al usado en el caso de Japón, se ha convenido en iniciar estudios conjuntos con Tailandia y Malasia a fin de evaluar la factibilidad de eventuales TLC entre Chile y cada uno de esos importantes países asiáticos. Estos estudios se realizarán a partir de febrero 2006.

---

Junto a la ampliación de la apertura comercial la DIRECON centró parte importante de sus esfuerzos en mejorar los instrumentos y los procedimientos que hacen posible dar un seguimiento muy detallado a la implementación y administración de los acuerdos vigentes. Esto se hizo – al igual que en el caso de las nuevas negociaciones - en estrecha relación con otros organismos públicos y con diversas instituciones representativas del sector privado. Para estas tareas se ha creado un departamento encargado de coordinar los trabajos de seguimiento e implementación de los acuerdos, que ha asumido la responsabilidad operacional en esta materia. Pero además, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, se ha puesto en marcha un proyecto cuyo objetivo es mejorar los instrumentos técnicos, de información y organizativos para la tarea de implementación de los acuerdos comerciales. Respecto a las negociaciones de carácter multilaterales, se participó activamente en las negociaciones en la Organización Mundial de Comercio, OMC para continuar con el Programa de Trabajo de la Agenda de Doha, incluyendo la participación en la VI Reunión Ministerial, realizada en Diciembre del 2005 en Hong Kong. Como asimismo en foros como APEC y OCDE.

Durante el año 2005 se realizaron más de 1.000 actividades de promoción de exportaciones, especialmente orientadas al aprovechamiento de los acuerdos comerciales suscritos por el país, con importante participación de la pequeña y mediana empresa, con énfasis regional. Entre éstas se destaca la participación en 17 ferias internacionales, las más importantes en su rubro, más de 100 misiones empresariales, de diversos sectores, Ruedas de negocios tanto en Chile como en exterior como por ejemplo, Venezuela, India y China, Misiones Sabores de Chile, Muestras y catas de vinos, Misiones y acciones para el posicionamiento en el mercado mundial de los Bonos de Carbono, entre otras.

Además se pone en marcha el Programa PYMEXPORTA, como una nueva herramienta de desarrollo para las Pymes exportadoras, orientado a ofrecer consultarías destinadas a superar barreras, mejorar los canales de comercialización y ajustar la oferta exportable en los mercados de altos estándares con Acuerdo de Libre Comercio. Es una iniciativa del sector Público-Privado, desarrollada en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago, quienes han suscrito con el Banco Interamericano del Desarrollo un convenio de Colaboración Técnica.

Por último, luego de un arduo trabajo entre el sector público y privado, relacionado con la promoción internacional, se define la nueva marca Chile, lo que permitirá unificar y potenciar la imagen de Chile en el exterior. Es así, que el slogan “Chile, All Ways Surprising” o “Chile Sorprende, siempre”, será utilizado en todas las actividades de promoción de exportaciones, turismo e inversiones que se realicen en los mercados internacionales.



**CARLOS FURCHE G.**  
**DIRECTOR GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES**

---

## 2. Identificación de la Institución

- Leyes y Normativas que rigen el Funcionamiento de la Institución
- Organigrama y Ubicación en la Estructura del Ministerio
- Principales Autoridades
- Definiciones Estratégicas
  - Misión Institucional
  - Objetivos Estratégicos
  - Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos
  - Clientes / Beneficiarios / Usuarios
  - Productos Estratégicos vinculado a Clientes / Beneficiarios / Usuarios
- Recursos Humanos
  - Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo
  - Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo
  - Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo
- Recursos Financieros
  - Recursos Presupuestarios año 2005

---

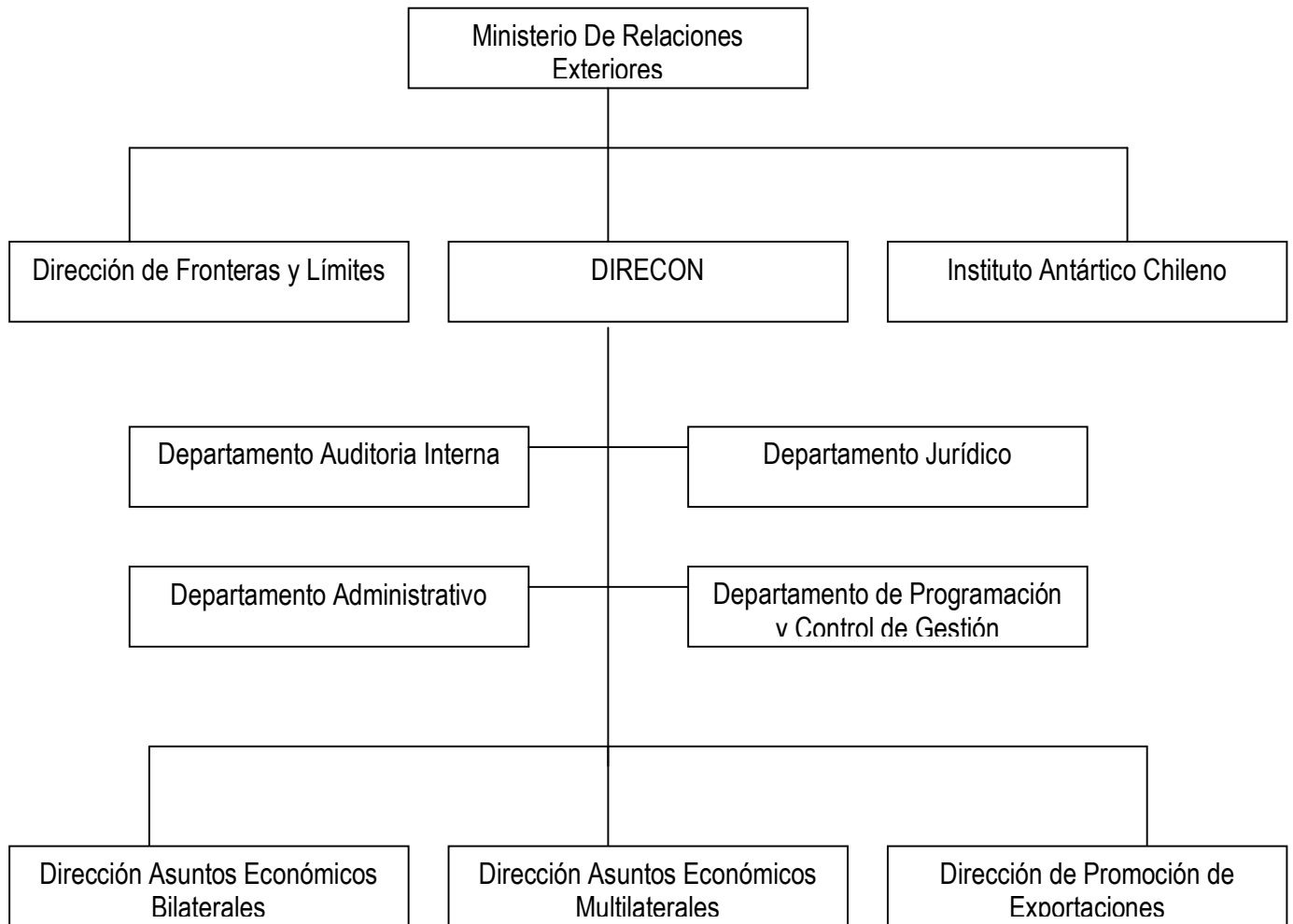
## • **Leyes y Normativas que rigen el Funcionamiento de la Institución**

- Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de 1979, del Ministerio de Relaciones Exteriores, crea la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON), como un Servicio Público dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- El DFL 105 de 1979 y 280 de 1990, ambos del Ministerio de Relaciones Exteriores establece la planta del Servicio y la Ley de Presupuesto para 2006.
- DFL 123 de 2005, del Ministerio de Relaciones Exteriores, modifica las Plantas y Escalafones del personal de DIRECON.
- La Resolución del Servicio N° 135, resuelve el nuevo encasillamiento de los funcionarios de Planta de DIRECON.
- Decreto N°168 de 1979, del Ministerio de Relaciones Exteriores, establece el Reglamento Orgánico de la DIRECON.



---

- **Organigrama y Ubicación en la Estructura del Ministerio**



---

- Principales Autoridades**

Cargo	Nombre
Director General	Carlos Furche G.
Director Asuntos Económicos Bilaterales	Andrés Rebolledo S.
Director Promoción de Exportaciones	Hugo Lavados M.
Director Asuntos Económicos Multilaterales	Roberto Paiva R.
Jefe Departamento Jurídico	Alejandro Buvinic A.
Jefe Departamento Administrativo	Alejandro Moya A.

---

## • Definiciones Estratégicas

### - Misión Institucional

Ejecutar la política que formule el Gobierno en materia de Relaciones Económicas Internacionales, profundizando la internacionalización de la economía chilena, generando alianzas y acuerdos que aseguren una adecuada inserción de Chile en los mercados más significativos para el país y que sean conducentes a la plena liberalización del comercio mundial, promoviendo las exportaciones de bienes y servicios nacionales.

### - Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Promover y negociar 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.
2	Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y de acceso a mercados contenidos en los Acuerdos suscritos, con el fin de cumplir adecuadamente las obligaciones contraídas en el marco de cada TLC. Asimismo se busca consolidar las preferencias arancelarias obtenidas en otras economías de modo de maximizar las oportunidades comerciales que de ellas surgen.
3	Difundir las ventajas y beneficios que emanan de los Acuerdos suscritos por Chile a través de un plan estratégico para dar a conocer las oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales en las distintas áreas de la actividad económica en las diferentes regiones de Chile, con el objeto de aumentar y generar nuevos negocios para el sector privado nacional y de este modo contribuir con el desarrollo económico y exportador de cada región.
4	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 de 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.
5	Proporcionar una atención de excelencia a nuestros clientes, entregando de manera clara, oportuna e informada, productos y/o servicios adecuados para satisfacer sus necesidades en materia de promoción de exportaciones y negociaciones internacionales mejorando el tiempo de entrega de recursos para así aumentar el número de clientes satisfechos.
6	Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en las áreas donde están nuestras mayores fortalezas a través de la focalización de las acciones de promoción de exportaciones en mercados con acuerdos comerciales.

**- Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos**

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<u>Información Comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información General</li> <li>• Atención Personalizada</li> <li>• Oportunidades de Negocios</li> <li>• Estudios a Pedidos</li> <li>• Capacitación y difusión de oportunidades comerciales</li> </ul>	2,4
2	<u>Apoyo a Estrategias de Comercialización Internacional</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a estrategias empresariales</li> <li>• Apoyo a estrategias asociativas</li> <li>• Apoyo a estrategias de posicionamiento económico comercial del país</li> </ul>	3,4,5
3	<u>Apoyo en Mercados de Destino</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestiones en mercados para facilitación de negocios</li> <li>• Contactos y agendas</li> </ul>	3,4,5
4	<u>Acciones de Promoción Comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en ferias internacionales</li> <li>• Misiones Comerciales</li> <li>• Prospecciones de mercado</li> <li>• Acciones de posicionamiento de productos</li> </ul>	3,4,5
5	<u>Implementación, Administración y Negociación de acuerdos</u> <p>Implementación y Administración de Acuerdos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación y administración de compromisos institucionales y de acceso a mercados</li> <li>• Atención de problemas y defensa de intereses comerciales</li> <li>• Difusión de ventajas y oportunidades</li> <li>• Detección de oportunidades económicas</li> </ul> <p>Nuevas Negociaciones y Profundización de Acuerdos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ronda de Negociaciones</li> <li>• Acuerdos</li> </ul>	1,2,4,5

---

- **Clientes / Beneficiarios / Usuarios**

Número	Nombre
1	La sociedad Chilena en todo su conjunto
2	<u>Empresas exportadoras y empresas con potencial exportador</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• Empresas con ventas anuales menores de US\$ 50.000, sin experiencia exportadora o potencial exportador.</li><li>• Empresas con ventas anuales entre US\$ 50.000 y US\$ 7.500.000, con experiencia exportadora baja o incipiente.</li><li>• Empresas con ventas totales anuales entre US\$ 50.000 y US\$ 7.500.000, con experiencia exportadora alta o consolidada.</li><li>• Empresas con ventas totales superiores a US\$ 7.500.000, con potencial exportador, sin experiencia exportadora o con experiencia exportadora baja o incipiente.</li><li>• Empresas con ventas totales superiores a US\$ 7.500.000, con experiencia exportadora alta o consolidada.</li></ul>
3	Empresas importadoras y empresas con potencial importador

**- Productos Estratégicos vinculado a Clientes / Beneficiarios / Usuarios**

Número	Nombre – Descripción Producto Estratégico	Clientes/beneficiarios/usuarios a los cuales se vincula
1	Información Comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad Chilena en todo su conjunto.</li> <li>• Empresas exportadoras y empresas con potencial exportador.</li> </ul>
2	Apoyo a Estrategias de Comercialización Internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad Chilena en todo su conjunto.</li> <li>• Empresas exportadoras y empresas con potencial exportador.</li> </ul>
3	Apoyo en los Mercados de Destino	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad Chilena en todo su conjunto.</li> <li>• Empresas exportadoras y empresas con potencial exportador.</li> </ul>
4	Acciones de Promoción Comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad Chilena en todo su conjunto.</li> <li>• Empresas exportadoras y empresas con potencial exportador.</li> </ul>
5	Implementación, Administración y Negociación de Acuerdos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad Chilena en todo su conjunto.</li> <li>• Empresas exportadoras y empresas con potencial exportador.</li> <li>• Empresas importadoras y empresas con potencial importador.</li> </ul>

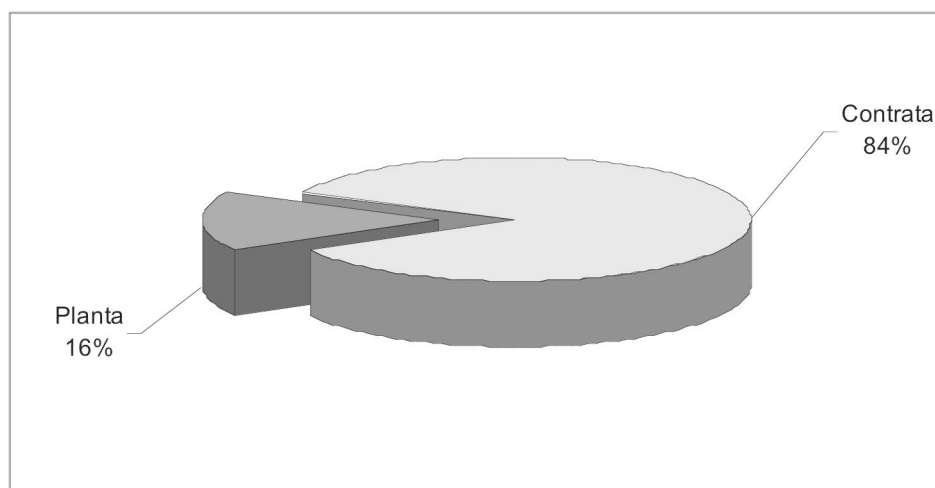
---

- **Recursos Humanos**

- **Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato y Sexo**

<b>Cuadro 1</b>			
<b>Dotación Efectiva<sup>1</sup> año 2005</b>			
<b>por tipo de Contrato y Sexo</b>			
	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Total</b>
Planta	22	39	61
Contrata	119	101	220
Honorarios <sup>2</sup>			
Otro			
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>140</b>	<b>281</b>

- **Gráfico 1: Dotación Efectiva año 2005 por tipo de Contrato**



---

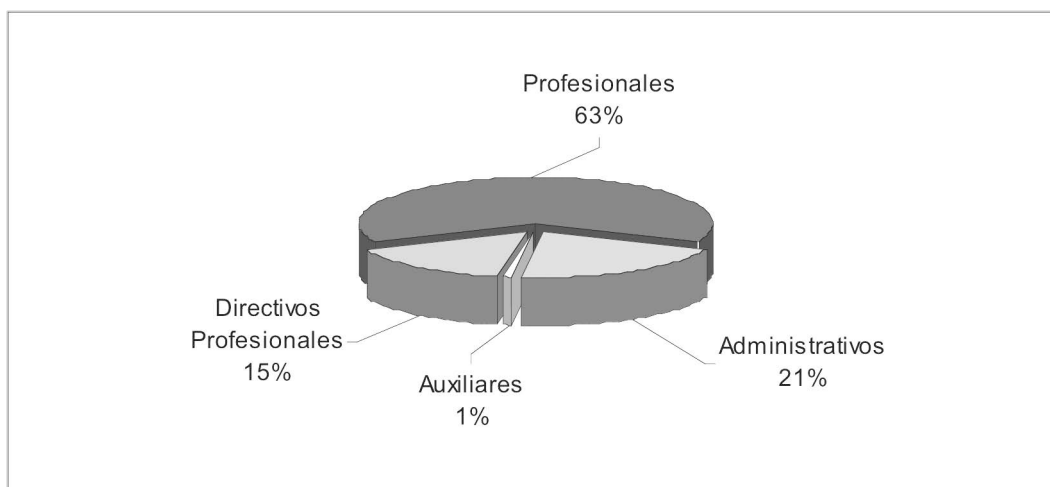
1 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones al 31 de diciembre de 2005. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

2 Considera sólo el tipo "honorario asimilado a grado".

- **Dotación Efectiva año 2005 por Estamento y Sexo**

Cuadro 2 Dotación Efectiva <sup>3</sup> año 2005 Por Estamento y Sexo			
	Mujeres	Hombres	Total
Directivos Profesionales <sup>4</sup>	10	33	43
Directivos no Profesionales <sup>5</sup>			
Profesionales <sup>6</sup>	88	90	178
Técnicos <sup>7</sup>			
Administrativos	43	15	58
Auxiliares		2	2
Otros <sup>8</sup>			
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>140</b>	<b>281</b>

• **Gráfico 2: Dotación Efectiva año 2005 por Estamento**



3 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones al 31 de diciembre de 2005. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

4 Se debe incluir a Autoridades de Gobierno, Jefes superiores de Servicios y Directivos Profesionales.

5 En este estamento, se debe incluir a Directivos no Profesionales y Jefaturas de Servicios Fiscalizadores.

6 En este estamento, considerar al personal Profesional, incluido el afecto a las Leyes Nos. 15.076 y 19.664, los Fiscalizadores y Honorarios asimilados a grado.

7 Incluir Técnicos Profesionales y No profesionales.

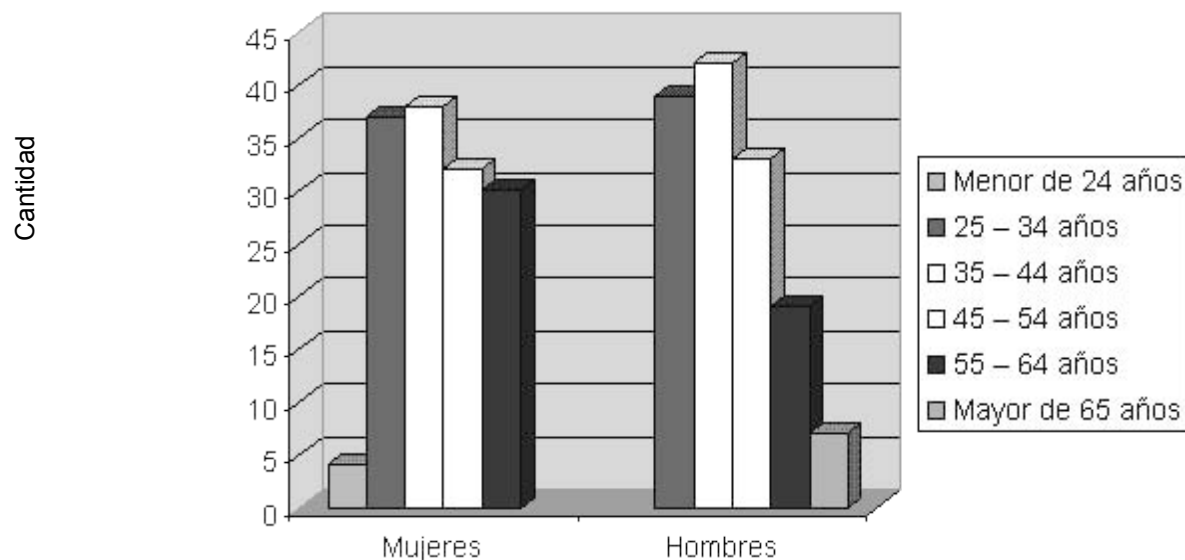
8 Considerar en este estamento los jornales permanentes y otro personal permanente.



- **Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo**

Cuadro 3 Dotación Efectiva <sup>9</sup> año 2005 por Grupos de Edad y Sexo			
Grupos de edad	Mujeres	Hombres	Total
Menor de 24 años	4		4
25 – 34 años	37	39	76
35 – 44 años	38	42	80
45 – 54 años	32	33	65
55 – 64 años	30	19	49
Mayor de 65 años		7	7
TOTAL	141	140	281

• **Gráfico 3: Dotación Efectiva año 2005 por Grupos de Edad y Sexo**



9 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones al 31 de diciembre de 2005. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

---

- **Recursos Financieros**

- **Recursos Presupuestarios año 2005**

<b>Cuadro 4 Ingresos Presupuestarios Percibidos<sup>10</sup> año 2005</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Monto M\$</b>	<b>Monto MUS\$</b>
Aporte Fiscal	7.810.065	12.457
Endeudamiento <sup>11</sup>		128
Otros Ingresos <sup>12</sup>	3.186.604	10.445
<b>TOTAL</b>	<b>10.996.669</b>	<b>23.030</b>

<b>Cuadro 5 Gastos Presupuestarios Ejecutados año 2005</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Monto M\$</b>	<b>Monto MUS\$</b>
Corriente <sup>13</sup>	10.664.698	20.259
De Capital <sup>14</sup>	39.779	336
Otros Gastos <sup>15</sup>	292.192	2.435
<b>TOTAL</b>	<b>10.996.669</b>	<b>23.030</b>

---

10 Esta información corresponde a los informes mensuales de ejecución presupuestaria del año 2005.

11 Corresponde a los recursos provenientes de créditos de organismos multilaterales.

12 Incluye el Saldo Inicial de Caja y todos los ingresos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

13 Los gastos Corrientes corresponden a la suma de los subtítulos 21, 22, 23 y 24.

14 Los gastos de Capital corresponden a la suma de los subtítulos 29, subtítulo 31, subtítulo 33 más el subtítulo 32 ítem 05, cuando corresponda.

15 Incluye el Saldo Final de Caja y todos los gastos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

---

---

### 3. Resultados de la Gestión

- Cuenta Pública de los Resultados
  - Balance Global
  - Resultados de la Gestión Financiera
  - Resultados de la Gestión por Productos Estratégicos
- Cumplimiento de Compromisos Institucionales
  - Informe de Programación Gubernamental
  - Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas
- Avance en materias de Gestión
  - Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión
  - Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo
  - Cumplimiento de otros Incentivos Remuneracionales
  - Avances en otras Materias de Gestión
- Proyectos de Ley

---

- **Cuenta Pública de los Resultados**

- **Balance Global**

La gestión desarrollada por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales – DIRECON - durante el año 2005 estuvo orientada principalmente a seguir avanzando en el proceso de integración a la economía mundial como una de las palancas principales del desarrollo nacional. A estos efectos la DIRECON ha organizado sus actividades en dos grandes áreas: a) negociaciones comerciales y b) promoción de exportaciones.

En el área de Negociaciones Comerciales, la implementación y administración de los Tratados de Libre Comercio constituyó una tarea prioritaria durante el año 2005. Esto implicó un reordenamiento de las tareas del Servicio con el fin de asegurar el cumplimiento por el Estado de Chile de los compromisos asumidos en los TLCs, hacer un seguimiento permanente de los compromisos asumidos por los socios y desarrollar las oportunidades de negocios que estos tratados generan. En relación a los TLCs, se realizaron reuniones de las Comisiones de Libre Comercio sostenidas con EEUU, Corea, México, Canadá y el Consejo de Asociación con la UE, entre otras.

Otro aspecto prioritario en materia de política comercial que la DIRECON llevó a cabo en el presente año, se refirió a la profundización de las relaciones económicas y comerciales con América Latina, en el contexto de los Acuerdos de Complementación Económica, destacándose los siguientes logros: Se retomaron las conversaciones en el contexto de la Comisión Administradora del ACE 35, luego de casi 2 años, con el MERCOSUR. Dentro de los temas de la agenda, se incluyó la propuesta de nuestro país para discutir la apertura del comercio de servicios, existiendo una positiva disposición por parte del MERCOSUR para abordar el tema, llevándose a cabo la primera ronda. Se han efectuado avances importantes para profundizar el Acuerdo de Complementación con Perú, proceso que se espera sea concluido prontamente. Se logrando avances en la profundización del ACE con Ecuador, particularmente en los ámbitos de los servicios, inversiones y solución de controversias, y se espera su pronta conclusión. En diciembre pasado, en el marco de la Cumbre de Presidentes del MERCOSUR en Montevideo, se suscribió el Protocolo que profundiza el ACE con Bolivia y que de forma unilateral abre el mercado chileno completamente a los productos bolivianos, excepto trigo y azúcar, en que se concedieron 6.000 Ton.

En relaciones a las negociaciones internacionales con otros países, durante el presente año se completó la negociación de dos nuevos Tratados de Libre Comercio (TLC), uno con la República Popular China y otro con tres socios comerciales simultáneamente: Nueva Zelandia, Singapur y Brunei (el llamado acuerdo P4). Se completó, igualmente, la negociación para un Acuerdo de Alcance Parcial con India. Todos estos acuerdos materializan la estratégica definida por el Gobierno de dar especial énfasis a nuestras relaciones con Asia.

---

Durante el mismo período se finalizaron los trabajos del Grupo de Estudios Conjuntos con Japón, base a partir de la cual el Presidente de la República y el Primer Ministro de Japón acordaron iniciar las negociaciones para el establecimiento de un TLC entre Chile y Japón. Esta negociación con la segunda mayor economía del mundo será tarea prioritaria durante el año 2006. Siguiendo un camino similar al usado en el caso de Japón, se ha convenido en iniciar estudios conjuntos con Tailandia y Malasia a fin de evaluar la factibilidad de eventuales TLC entre Chile y cada uno de esos importantes países asiáticos. Estos estudios se realizarán a partir de febrero 2006. Además se suscribió el Protocolo Bilateral entre Chile y Honduras, en el marco del TLC Chile - Centroamérica. Con ello, el TLC entre ambos países entrará en vigencia próximamente en todos sus ámbitos y disciplinas comerciales.

Respecto de las negociaciones plurilaterales, Chile participó activamente en las reuniones de los grupos de negociación de la Ronda de Doha para el Desarrollo, en especial en aquellos de interés para el comercio nacional. Asimismo, con el objeto de alcanzar consensos para la VI Reunión Ministerial de la OMC, se participó en forma permanente y activa, en las reuniones extraordinarias de carácter técnico. Asimismo, mantuvo una activa participación en las reuniones del APEC y OCDE.

En el área de Promoción de Exportaciones, se continuó trabajando en el mejoramiento de los servicios orientados a las empresas, especialmente a las exportadoras o con potencial exportador, a objeto de contribuir al aprovechamiento de las oportunidades de negocios que surgen, especialmente de los acuerdos comerciales suscritos por el país. Lo anterior se refleja en el alto número de visitas a la web institucional, las que superaron las 800.000 al año, cerca de 30.000 atenciones fueron resueltas a través del call center "Fonoexport" y se realizaron más de 80 seminarios o talleres de capacitación y difusión a lo largo del país.

En este sentido, se apoyaron 380 proyectos de promoción de exportaciones, lo que permitió realizar más de 1.000 actividades de promoción de exportaciones como misiones comerciales, traída de compradores, participación en ferias internacionales, en sectores tales como: textil y confecciones, muebles, alimentos, vinos, servicios audiovisuales, de ingeniería, proveedores para la minería, entre otros. A modo de ejemplo, se puede mencionar la participación con pabellón-país en 17 de las ferias internacionales más importantes del mundo en los rubros como alimentos, vinos, textil, servicios, entre otros. Posicionamiento en el mercado mundial de los bonos de carbonos, especialmente en el mercado europeo, Posicionamiento de Chile como proveedor confiable de productos agroalimentarios, mediante la continuación de las misiones Sabores de Chile, en mercado de Europa del Este y Centroamérica, a lo que se une las Muestras y Catas de Vino, en países de Asia, Europa y América Latina. Además de las ruedas de negocios realizadas en el marco de la visita presidencial a Venezuela e India y en China, en el contexto del Comité Empresarial Chileno-Chino, lanzamiento del Portal de servicios, chileexportaservicios, en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago, entre otras.

Durante éste año se inicia el Programa PYMEXPORTA, como una nueva herramienta de desarrollo para las Pymes exportadoras, orientado a ofrecer consultorías destinadas a superar barreras, mejorar los canales de comercialización y ajustar la oferta exportable en los mercados de altos estándares con Acuerdo de Libre Comercio. Es una iniciativa del sector Público-Privado, desarrollada en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago, quienes han suscrito con el Banco Interamericano del Desarrollo un convenio de Colaboración Técnica.

---

A lo anterior, se une el inicio del Proyecto “Apoyo a la Creación y Desarrollo de Empresas Innovadoras - UE”, que surge del convenio celebrado con el Ministerio de Economía y otros organismos públicos, en el cual DIRECON administra el componente denominado “Misiones de pequeños y medianos empresarios a la Unión Europea”.

Otra iniciativa a destacar, es la puesta en marcha de las actividades definidas en unos de los componentes del proyecto de fortalecimiento, apoyo por Banco Interamericano del Desarrollo, como son los estudios de cluster exportables en cada región del país, lo cual permitirá apoyar la promoción de exportaciones, de empresas regionales, en mercados con acuerdos comerciales, en particular en mercados de alto impacto. A esto se unirá la implementación de instrumentos que fomenten la cooperación interempresarial, como el “Coaching Interempresarial” y en el fortalecimiento de los instrumentos que promueven el cierre de negocios comerciales, tales como las Macro-Ruedas de Negocios. De esta manera, mantener una cartera de instrumentos de alto impacto y con innovación en la forma de llegar al cliente.

Por último, luego de un arduo trabajo entre el sector público y privado, relacionado con la promoción internacional, se define la nueva marca Chile, lo que permitirá unificar y potenciar la imagen de Chile en el exterior. Es así, que el slogan “Chile, All Ways Surprising” o “Chile Sorprende, siempre”, será utilizado en todas las actividades de promoción de exportaciones, turismo e inversiones que se realicen en los mercados internacionales.

## - Resultado de la Gestión Financiera

**Cuadro 6**  
**Ingresos y Gastos años 2004 - 2005**

Denominación	Monto Año 2004 M\$ <sup>16</sup>	Monto Año 2005 M\$	Notas
<b>INGRESOS</b>	<b>10.085.659</b>	<b>10.996.669</b>	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	7.043.639	7.015.094	
INGRESOS DE OPERACIÓN	390.655	350.421	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	87.451	123.565	(1)
APORTE FISCAL	7.564.173	7.810.065	
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	399	598	
VENTA DE ACTIVOS FINANCIEROS	-5.579.703	-4.431.030	(2)
RECUPERACION DE PRESTAMOS	902	-	
SALDO INICIAL DE CAJA	578.143	127.956	(3)
<b>GASTOS</b>	<b>10.085.659</b>	<b>10.996.669</b>	
GASTOS EN PERSONAL	3.836.888	4.149.701	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	767.715	908.191	(4)
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	5.251.468	5.605.298	
INTEGROS AL FISCO	2.794	1.508	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	48.957	39.779	
SERVICIO DE LA DEUDA	45.966	1.528	
SALDO FINAL DE CAJA	131.871	290.664	

### Notas:

Se ha considerado la ejecución presupuestaria del año 2005, sin considerar aquellos gastos devengados y no pagados durante el periodo presupuestario mencionado.

1. El aumento en Otros Ingresos Corrientes corresponde a la percepción de mayores ingresos financieros por recuperación de licencias médicas y el reintegro de saldos de anticipos otorgados en ejercicios anteriores y que no fueron utilizados en su totalidad.
2. En el caso de Venta de Activos Financieros, se puede señalar que durante el ejercicio 2005 fueron necesarios menores recursos en moneda extranjera provenientes de Operaciones de Cambio.
3. La disminución en los Saldos Iniciales de Caja de DIRECON, representa la tendencia de los últimos años, ya que la Institución ha aunado sus esfuerzos en pro de ejecutar su presupuesto en el período correspondiente.

Corresponde a un aumento en el gasto financiado por reasignaciones internas dentro del Servicio, para cubrir principalmente los gastos asociados al traslado al nuevo Edificio Institucional y los mayores gastos operativos, dada la realización de actividades en el marco de las negociaciones con Asia.

<sup>16</sup> La cifras están indicadas en M\$ del año 2004. Factor de actualización es de 1,0105 para expresar pesos del año 2003 a pesos del año 2004.

**Cuadro 6**  
**Ingresos y Gastos años 2004 - 2005**

Denominación	Monto Año 2004 MUS\$ <sup>17</sup>	Monto Año 2005 MUS\$	Notas
<b><u>INGRESOS</u></b>	<b>22.677</b>	<b>23.030</b>	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	-	205	(1)
OTROS INGRESOS CORRIENTES	158	1.110	(2)
APORTE FISCAL	10.987	12.457	(3)
VENTA DE ACTIVOS FINANCIEROS	8.720	7.030	
ENDEUDAMIENTO	-	128	(4)
SALDO INICIAL DE CAJA	2.812	2.100	(5)
<b><u>GASTOS</u></b>	<b>22.677</b>	<b>23.030</b>	
GASTOS EN PERSONAL	6.158	7.400	(6)
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	1.849	2.477	(6)
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	11.619	10.382	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	39	36	
TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	300	300	
SERVICIO DE LA DEUDA	612	-	
SALDO FINAL DE CAJA	2.100	2.435	

**Notas:**

1. Los ingresos percibidos por Transferencias Corrientes corresponden a una Donación otorgada por el Banco Interamericano del Desarrollo (BID), para financiar el Programa Diversificación de Mercados BID-PYMEX del Fondo ProChile.
2. Se percibieron Otros ingresos Corrientes por concepto de reintegro de saldos de anticipos de años anteriores y por las ganancias obtenidas en las operaciones financieras por cambios de moneda, consecuencia de la variación existente entre el tipo de cambio presupuestario y el real.
3. Corresponde a un aumento en el presupuesto otorgado para el año 2005 respecto del año 2004.
4. La ejecución en el Subtítulo Endeudamiento corresponde a recursos recibidos desde el BID por el préstamo otorgado para financiar el Programa Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de Direcon.
5. La disminución en los Saldos Iniciales de Caja de DIRECON, representa la tendencia de los últimos años, donde la Institución ha aunado sus esfuerzos en pro de ejecutar su presupuesto en el período correspondiente.
6. El aumento corresponde principalmente a rendiciones de anticipos de años anteriores, los cuales fueron ejecutados durante el año 2004 en el Subtítulo "Servicio a la Deuda", de acuerdo al antiguo clasificador presupuestario.

17 La cifras están indicadas en M\$ del año 2004. Factor de actualización es de 1,0105 para expresar pesos del año 2003 a pesos del año 2004.



**Cuadro 7.a**  
**Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005**

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>18</sup> (M\$)	Presupuesto Final <sup>19</sup> (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados <sup>20</sup> (M\$)	Diferencia <sup>21</sup> (M\$)	Notas
<b>INGRESOS</b>				<b>8.632.705</b>	<b>11.159.968</b>	<b>10.996.669</b>	<b>163.299</b>	
<b>05</b>			<b>TRANSFERENCIAS CORRIENTES</b>	<b>7.015.094</b>	<b>7.015.094</b>	<b>7.015.094</b>	<b>-</b>	
	02		DE OTROS ORGANISMOS DEL SECTOR PUBLICO	7.015.094	7.015.094	7.015.094	-	
		001	Subsecretaría de Agricultura	7.015.094	7.015.094	7.015.094	-	
<b>07</b>			<b>INGRESOS DE OPERACIÓN</b>		<b>420.000</b>	<b>350.421</b>	<b>69.579</b>	<b>(A 1)</b>
<b>08</b>			<b>OTROS INGRESOS CORRIENTES</b>	<b>37.464</b>	<b>96.978</b>	<b>123.565</b>	<b>-26.587</b>	<b>(B 1)</b>
	01		RECUPERACIONES ART 12	-	52.559	57.904	-5.345	
	99		OTROS	37.464	44.419	65.661	-21.242	
<b>09</b>			<b>APORTE FISCAL</b>	<b>7.391.952</b>	<b>7.810.065</b>	<b>7.810.065</b>	<b>-</b>	
	01		LIBRE	7.391.952	7.810.065	7.810.065	-	<b>(A 2)</b>
<b>10</b>			<b>VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS</b>	<b>-</b>	<b>55</b>	<b>598</b>	<b>-543</b>	
	05		MAQUINAS Y EQUIPOS	-	55	598	-543	
<b>11</b>			<b>VENTA DE ACTIVOS FINANCIEROS</b>	<b>-5.812.805</b>	<b>-4.309.757</b>	<b>-4.431.030</b>	<b>121.273</b>	<b>(A 3)</b>
	03		OPERACIONES DE CAMBIO	-5.812.805	-4.309.757	-4.431.030	121.273	
<b>15</b>			<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>1.000</b>	<b>127.533</b>	<b>127.956</b>	<b>-423</b>	<b>(A 4)</b>
<b>GASTOS</b>				<b>8.632.705</b>	<b>11.159.968</b>	<b>10.996.669</b>	<b>163.299</b>	
<b>21</b>			<b>GASTOS EN PERSONAL</b>	<b>3.614.285</b>	<b>4.150.279</b>	<b>4.149.701</b>	<b>578</b>	<b>(A 2, A 3)</b>
<b>22</b>			<b>BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO (1)</b>	<b>748.346</b>	<b>915.683</b>	<b>908.191</b>	<b>7.492</b>	<b>(A 3)</b>
<b>24</b>			<b>TRANSFERENCIAS CORRIENTES</b>	<b>4.240.164</b>	<b>6.046.418</b>	<b>5.618.318</b>	<b>428.100</b>	<b>(A 3)</b>
	03		A OTRAS ENTIDADES PUBLICAS	4.240.164	6.046.418	5.618.318	428.100	<b>(B 1)</b>
		552	Certificación de Origen	-	424.834	360.535	64.299	<b>(B 2)</b>
		553	ProChile	1.698.846	1.191.285	1.081.356	109.929	
		554	Promoción para Negociaciones	1.228.604	1.311.829	1.308.238	3.591	

18 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

19 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2005

20 Ingresos y Gastos Devengados: incluye los gastos no pagados el 2005.

21 Corresponde a la diferencia entre el Presupuesto Final y los Ingresos y Gastos Devengados.

**Cuadro 7.a**  
**Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005**

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>18</sup> (M\$)	Presupuesto Final <sup>19</sup> (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados <sup>20</sup> (M\$)	Diferencia <sup>21</sup> (M\$)	Notas
		555	Imagen País	109.375	312.065	291.280	20.785	
		556	Fondo Agrícola	1.099.761	2.562.787	2.423.523	139.264	
		557	Defensa Comercial	103.578	95.718	94.641	1.077	
		559	Fortalecimiento Capacidad Institucional DIRECON	-	147.900	58.745	89.155	
<b>25</b>			<b>INTEGROS AL FISCO</b>	<b>4.008</b>	<b>4.008</b>	<b>1.508</b>	<b>2.500</b>	
	01		IMPUESTOS	4.008	4.008	1.508	2.500	
<b>29</b>			<b>ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS</b>	<b>24.902</b>	<b>41.052</b>	<b>39.779</b>	<b>1.273</b>	
	04		MOBILIARIOS Y OTROS	5.901	15.041	14.861	180	
	06		EQUIPOS INFORMATICOS	19.001	22.011	20.973	1.038	
	07		PROGRAMAS INFORMATICOS	-	4.000	3.945	55	
<b>34</b>			<b>SERVICIO DE LA DEUDA (2)</b>	<b>-</b>	<b>1.528</b>	<b>1.528</b>	<b>-</b>	
	07		DEUDA FLOTANTE	-	1.528	1.528	-	
<b>35</b>			<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>277.644</b>	<b>-276.644</b>	

A.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO INICIAL Y EL PRESUPUESTO FINAL EN MONEDA EXTRANJERA.

1. Incorporación de presupuesto de Ingresos y Gastos para el Programa Certificación de Origen, de acuerdo al Decreto N° 63 por M\$ 420.000, de carácter autofinanciable a través de la emisión de certificados de origen, donde el 90% de los ingresos percibidos deben ser cancelados a las entidades certificadoras, como lo son la Cámara de Fomento Fabril (SOFOFA), la Cámara Nacional de Comercio de Santiago y Turismo de Chile.
2. Incorporación de Aporte Fiscal correspondiente al Bono de Desempeño Institucional y Otros para el Subtítulo 21 "Gastos en Personal".
3. Cambios de Moneda desde moneda extranjera solicitados para financiar mayores gastos en moneda nacional en los Subtítulos 21 "Gastos en Personal", 22 "Bienes y Servicios de Consumo" y 24 "Transferencias Corrientes", esto no constituye recursos adicionales para este Servicio, sino una adecuación eficiente del presupuesto vigente, permitiendo de esta manera el normal desarrollo de las diferentes actividades en moneda nacional, en materia de Promoción de Exportaciones, Negociaciones y Administración de Acuerdo, así como también de operación.
4. Incorporación del Saldo Inicial de Caja, a través del Decreto N°314 por M\$ 122.238.- destinados a cubrir los saldos por rendir de anticipos otorgados durante ejercicios anteriores, que no lograron ser rendidos y contabilizados en su totalidad durante el ejercicio presupuestario 2005, producto del desfase natural en los procesos administrativos y los compromisos por convenios suscritos con empresas del sector privado en el marco del Concurso Nacional bajo la modalidad de anticipo o contra reembolso

---

B.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO FINAL Y EL GASTO DEVENGADO EN MONEDA EXTRANJERA.

1. La ejecución del subtítulo 24 "Transferencias Corrientes" en moneda nacional alcanzó un 93%, lo que permitió el desarrollo de actividades tanto de promoción de exportaciones como de negociaciones y administración de acuerdos dentro del territorio nacional. En el caso de los Programas "Diversificación de Mercados BID-Pymex" y "Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de Direcon", sus principales actividades comenzaron a desarrollarse durante los últimos meses del 2005, por lo que sus gastos serán rendidos y ejecutados durante los primeros meses del año 2006.
2. El Fondo Certificación de Origen alcanzó una ejecución de un 87% de su presupuesto vigente, ya que los ingresos obtenidos por este mismo concepto, ascendieron a M\$ 350.421.- limitando su gasto presupuestario para el ejercicio 2005, debido a que corresponde a un proyecto autofinanciable.

**Cuadro 7.b**  
**Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005**

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>22</sup> (MUS\$)	Presupuesto Final <sup>23</sup> (MUS\$)	Ingresos y Gastos Devengados <sup>24</sup> (MUS\$)	Diferencia <sup>25</sup> (MUS\$)	Notas
<b>INGRESOS</b>				<b>22.529</b>	<b>23.390</b>	<b>23.030</b>	<b>360</b>	
<b>05</b>			<b>TRANSFERENCIAS CORRIENTES</b>	<b>630</b>	<b>630</b>	<b>205</b>	<b>425</b>	
	07		DE ORGANISMOS INTERNACIONALES	630	630	205	425	
		001	Diversificación de Mercados BID-PYMEX	630	630	205	425	
<b>08</b>			<b>OTROS INGRESOS CORRIENTES</b>	<b>140</b>	<b>1.026</b>	<b>1.110</b>	<b>-84</b>	
	99		OTROS	140	1.026	1.110	-84	(A 1, B 1)
<b>09</b>			<b>APORTE FISCAL</b>	<b>12.460</b>	<b>12.457</b>	<b>12.457</b>	<b>-</b>	
	01		LIBRE	12.460	12.457	12.457	-	
<b>11</b>			<b>VENTA DE ACTIVOS FINANCIEROS</b>	<b>9.199</b>	<b>6.586</b>	<b>7.030</b>	<b>-444</b>	
	03		OPERACIONES DE CAMBIO	9.199	6.586	7.030	-444	(A 2)
<b>14</b>			<b>ENDEUDAMIENTO</b>	<b>-</b>	<b>639</b>	<b>128</b>	<b>511</b>	
	02		ENDEUDAMIENTO EXTERNO	-	639	128	511	(A 3)
<b>15</b>			<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>100</b>	<b>2.052</b>	<b>2.100</b>	<b>-48</b>	(A 4)
<b>GASTOS</b>				<b>22.529</b>	<b>23.390</b>	<b>23.030</b>	<b>360</b>	
<b>21</b>			<b>GASTOS EN PERSONAL</b>	<b>7.509</b>	<b>8.161</b>	<b>7.400</b>	<b>761</b>	
<b>22</b>			<b>BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO</b>	<b>2.221</b>	<b>3.051</b>	<b>2.477</b>	<b>574</b>	
<b>24</b>			<b>TRANSFERENCIAS CORRIENTES</b>	<b>12.644</b>	<b>11.784</b>	<b>10.382</b>	<b>1.402</b>	
	03		A OTRAS ENTIDADES PUBLICAS	12.644	11.784	10.382	1.402	
		553	ProChile	1.589	2.451	1.670	781	
		554	Promoción para Negociaciones	713	1.271	1.183	88	
		555	Imagen País	1.037	683	668	15	
		556	Fondo Agrícola	9.305	6.979	6.807	172	
		557	Defensa Comercial	-	16	15	1	
		558	Internacionalización de la Pyme, Fase II	-	-	-	-	
		559	Fortalecimiento Capacidad Institucional DIRECON	-	384	39	345	

22 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

23 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2005

24 Ingresos y Gastos Devengados: incluye los gastos no pagados el 2005.

25 Corresponde a la diferencia entre el Presupuesto Final y los Ingresos y Gastos Devengados.

**Cuadro 7.b**  
**Análisis del Comportamiento Presupuestario año 2005**

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>22</sup> (MUS\$)	Presupuesto Final <sup>23</sup> (MUS\$)	Ingresos y Gastos Devengados <sup>24</sup> (MUS\$)	Diferencia <sup>25</sup> (MUS\$)	Notas
<b>25</b>			<b>INTEGROS AL FISCO</b>	-	-	-	-	
	01		IMPUESTOS	-	-	-	-	
<b>29</b>			<b>ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS</b>	<b>25</b>	<b>64</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	
	04		MOBILIARIOS Y OTROS	25	48	28	20	
	06		EQUIPOS INFORMATICOS	-	16	8	8	
<b>33</b>			<b>TRANSFERENCIAS DE CAPITAL</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	-	
	01		AL SECTOR PRIVADO	100	300	300	-	
		065	Fundación Chilena del Pacifico	100	300	300	-	
<b>34</b>			<b>SERVICIO DE LA DEUDA</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	-	<b>20</b>	
	07		DEUDA FLOTANTE	20	20	-	20	
<b>35</b>			<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>2.435</b>	<b>-2.425</b>	

A.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO INICIAL Y EL PRESUPUESTO FINAL

1. Incorporación de mayores ingresos presupuestarios, producto de las ganancias obtenidas en las operaciones financieras por cambios de moneda, consecuencia de la variación existente entre el tipo de cambio presupuestario y el real.
2. Cambios de Moneda solicitados para financiar mayores gastos en moneda nacional, esto no constituye recursos adicionales para este Servicio, sino una adecuación eficiente del presupuesto vigente, permitiendo de esta manera el normal desarrollo de las diferentes actividades en moneda nacional, en materia de Promoción de Exportaciones, Negociaciones y Administración de Acuerdo, así como también de operación.
3. Incorporación de la Línea de Crédito FAPEP por MUS\$ 200, con un fondo rotatorio de MUS\$ 40, correspondiente a los recursos para la puesta en marcha y realización de las actividades esenciales del Proyecto "Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de Direcon" y mayores recursos presupuestarios financiados por un préstamo otorgado por el Banco Interamericano del Desarrollo.
4. Incorporación del Saldo Inicial de Caja, destinado a cubrir principalmente los saldos de anticipos otorgados a las Oficinas Comerciales en el Exterior durante ejercicios anteriores y que no lograron ser rendidos y contabilizados en su totalidad durante el ejercicio presupuestario 2005, producto del desfase natural en los procesos administrativos vinculados a dichas actividades. Además, considera los Saldos por girar correspondientes a compromisos por convenios suscritos con empresas del sector privado en el marco del Concurso Nacional bajo la modalidad de anticipo o contra reembolso.

---

B.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO FINAL CON LOS INGRESOS Y GASTOS DEVENGADOS

1. Se percibieron mayores ingresos de los presupuestados, correspondientes a reintegros de saldos de anticipos otorgados para gastos en promoción de exportaciones, entregados en ejercicios anteriores.
2. Dentro del subtítulo 21 "Gastos en Personal", 22 Bienes y Servicios de Consumo y 29 "Adquisición de Activos no Financieros", existen recursos anticipados a las Oficinas Comerciales en el Exterior para la realización de sus actividades operativas, los cuales no pudieron ser rendidos y contabilizados en su totalidad durante el año, producto del desfase natural en los procesos administrativos vinculados a dichas actividades.
3. La ejecución del subtítulo 24 "Transferencias Corrientes" alcanzó un 88%, lo que permitió el desarrollo de actividades tanto de promoción de exportaciones como de negociaciones y administración de acuerdos en moneda extranjera. En el caso de las actividades relacionadas con los Programas "Diversificación de Mercados BID-Pymex" y "Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de Direcon" en moneda extranjera, comenzaron a desarrollarse durante los últimos meses del 2005, por lo que sus gastos serán rendidos y ejecutados durante los primeros meses del año 2006.

**Cuadro 8**  
**Indicadores de Gestión Financiera**

Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo <sup>26</sup>			Avance <sup>27</sup> 2005/ 2004	Notas
			2003	2004	2005		
Porcentaje de decretos modificatorios que no son originados por leyes	[ N° total de decretos modificatorios - N° de decretos originados en leyes <sup>28</sup> / N° total de decretos modificatorios]*100	Porcentaje	40%	64%	67%	104%	
Promedio del gasto de operación por funcionario	[Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22) / Dotación efectiva <sup>29</sup> ]	Miles de \$	13.091	14.463	17.999	124%	
Porcentaje del gasto en programas del subtítulo 24 sobre el gasto de operación	[Gasto en Programas del subt. 24 <sup>30</sup> / Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)]*100	Porcentaje Moneda Nacional	113%	114%	111%	97%	
Porcentaje del gasto en programas del subtítulo 24 sobre el gasto de operación	[Gasto en Programas del subt. 24 <sup>31</sup> / Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)]*100	Porcentaje Moneda Extranjera	146%	145%	105%	72%	
Porcentaje del gasto en estudios y proyectos de inversión sobre el gasto de operación	[Gasto en estudios y proyectos de inversión <sup>32</sup> / Gasto de operación (subt. 21 + subt. 22)]*100	No aplica					

**EXPLICACIÓN DE LOS INDICADORES QUE PRESENTAN AVANCES SUPERIORES A 120 PUNTOS E INFERIORES A 80 PUNTOS**

**INDICADOR: PROMEDIO DEL GASTO DE OPERACIÓN POR FUNCIONARIO**

Durante el año 2005 el promedio de gasto de operación por funcionario alcanzó a los M\$ 17.999, presentando un avance de 124% respecto del año 2004, explicado principalmente por la disminución en la dotación efectiva al mes de diciembre, desde 318 funcionarios en el año 2004 a 281 funcionarios en el 2005. Si se hubiese mantenido constante la dotación efectiva respecto del año 2004, el porcentaje de avance sólo hubiese alcanzado un 110%.

26 Los factores de actualización de los montos en pesos es de 1,041394 para 2003 a 2005 y de 1,030594 para 2004 a 2005.

27 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene.

28 Se refiere a aquellos referidos a rebajas, reajustes legales, etc.

29 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilados a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

30 Corresponde a las transferencias a las que se aplica el artículo 7° de la Ley de Presupuestos.

31 Corresponde a las transferencias a las que se aplica el artículo 7° de la Ley de Presupuestos.

32 Corresponde a la totalidad del subtítulo 29 "Iniciativas de Inversión", menos los ítem 50, 51, 52 y 56.

---

INDICADOR: PORCENTAJE DEL GASTO EN PROGRAMAS DEL SUBTITULO 24 SOBRE EL GASTO DE OPERACIÓN EN MONEDA EXTRANJERA

El porcentaje de avance 2005/2004 alcanzo un 72%, debido a la disminución en el porcentaje del gasto en los Programas del Subtítulo 24 “Transferencias Corrientes” sobre el gasto de Operación del año 2005 respecto del 2004, que se explica principalmente por la disminución en el presupuesto del Subtítulo 24 en moneda extranjera y por el aumento del gasto en los Subtítulos 21 “Gastos en Personal” y 22 “Bienes y Servicios de Consumo”, producto del mayor número de destinaciones y adscripciones realizadas durante el 2005 respecto de un año normal.



---

## - Resultado de la Gestión por Productos Estratégicos

### Producto N° 1: Información Comercial

A través de este producto estratégico se presta servicios de información comercial acerca de los aspectos a tener presente en el proceso de internacionalización. Este servicio está dirigido a la sociedad Chilena en todo su conjunto, en particular a las empresas exportadoras y empresas con potencial exportador. Para prestar este servicio, la institución utiliza varios medios, entre estos se destaca la atención remota a través de los sitios Internet [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl), [www.direcon.cl](http://www.direcon.cl) y [www.chileinfo.com](http://www.chileinfo.com) y la difusión selectiva por correo electrónico de información estratégica para el sector exportador de acuerdo a intereses particulares.

Continuando con el mejoramiento en la prestación de éste servicio, la institución ha seguido optimizando los mecanismos de generación, sistematización y difusión de la información en cuestión. Lo anterior se refleja en el comportamiento positivo del número de consultas insatisfechas y abandonadas en el call center, las cuales alcanzaron solo a un 5%, siendo 6.23% el año 2004. Estos resultados responden principalmente a los esfuerzos para focalizar la atención, en particular en empresas exportadoras o con potencial exportador y a una mejor implementación del sistema de control de tiempos de las respuestas, permitiendo una mayor cobertura en los llamados recibidos.

### Producto N° 2: Apoyo a estrategias de comercialización internacional

Este producto estratégico está orientado a apoyar el diseño y/o ejecución de estrategias de comercialización internacional de empresas exportadoras o con potencial exportador. En la mayoría de los casos, esto significa apoyar proyectos de promoción de exportaciones, los que son cofinanciados entre la institución y las empresas en cuestión. En el año 2005 la institución priorizó iniciativas en productos y/o servicios y mercados de alto impacto, especialmente en países con los cuales existen acuerdos comerciales. Es así que se apoyaron 380 proyectos de promoción de exportaciones, lo que implicó por una parte apoyar a 1.980 beneficiarios, un 71% más que el año 2004 y por otra, asignar el 71% de los recursos para promoción de exportaciones, a proyectos orientados a mercados con acuerdos comerciales.

Se destaca además el incremento en las exportaciones nacionales, en un 13.5% con respecto al año 2004, así como también el número de pequeñas y medianas empresas exportadoras (pymes) y productos exportados, en un 3.1% y 2.8%, respectivamente.

### Producto N° 3: Apoyo en mercados de destino

Este producto estratégico está orientado a prestar apoyo en los mercados de destino, especialmente a las empresas exportadoras o con potencial exportador. En este sentido, a través de las representaciones u oficinas comerciales que conforman la red externa de DIRECON, se presta apoyo a objeto de facilitar la inserción internacional de las empresas en cuestión. La red está formada por 57 oficinas comerciales, de las cuales el 36% se encuentran ubicadas en mercados con acuerdos comerciales.

Entre los servicios más valorados por el cliente objetivo, está la generación de información estratégica de mercado, lo que se traduce en la elaboración de informes o estudios de mercados, los cuales se difunden a través de las herramientas de gestión de información que tiene la institución, al respecto el 96% de los productos prioritarios, en los cuales focaliza el trabajo la institución, cuentan con informe de mercado. Por otro lado, las exportaciones chilenas llegaron a 182 países, lo que significa un crecimiento del 6.4%.

---

#### Producto N° 4: Acciones de Promoción Comercial

Mediante este producto estratégico se apoya la realización de acciones o actividades de promoción de exportaciones. Durante el año 2005, tal como se señaló en el producto estratégico N° 2, se apoyaron 380 proyectos de promoción de exportaciones, lo que significó la realización de 1.088 actividades de promoción de exportaciones, con un total de 1.980 participantes. Al respecto, el sector privado aportó el 55% del total invertido en promoción de exportaciones.

En este sentido, se realizaron una serie de acciones como son: misiones comerciales, traída de compradores, publicidad y promoción, show room, participación en ferias internacionales, entre otras. Se destaca la participación en 17 ferias internacionales, en su mayoría las más importantes en su rubro, de las cuales el 71% se realizó en mercados con acuerdos comerciales. Por otro lado, se realizaron 110 misiones y eventos internacionales, el 88% en mercados con acuerdos comerciales.

Las actividades realizadas consideran la promoción de la oferta exportable, especialmente de la pequeña y mediana empresa, en sectores tales como: textil y confecciones, proveedores de la minería, muebles y sus componentes, fármacos, servicios audiovisuales, de ingeniería, de salud y editoriales, alimentos, vinos, entre otros.

#### Producto N° 5: Implementación, administración y negociación de acuerdos

El Gobierno ha culminado con éxito la etapa de negociación de Acuerdos comerciales para acceder en forma preferencial a los mercados de sus principales socios. A la fecha dispone de diez TLC's y un número similar de ACE's que requieren de una adecuada implementación y administración. Debido a lo anterior, el fortalecimiento de la institucionalidad para hacer frente a los múltiples requerimientos que demandan los acuerdos comerciales ha sido uno de los objetivos de la DIRECON. Consciente de ello estableció un Departamento de Coordinación para la Implementación de Acuerdos Internacionales a cargo, además de potenciar la relación del sector público con el privado a través de la identificación de oportunidades de negocios, de asegurar la consistencia entre los diversos compromisos comerciales asumidos e impulsar su cabal implementación, fortalecer su capacidad de diseño e implementación de política e instrumento de fomento al comercio y la inversión compatibles con el marco regulatorio acordado en la OMC y los TLC's. Ello, sin dejar de lado su rol fundamental de conducir y participar en las negociaciones de nuevos acuerdos comerciales y la defensa de los intereses comerciales.

En este sentido, durante el año 2005 se cumplieron el 87% de los compromisos incluidos en los TLC's suscritos por Chile. Además se elaboraron el 100% de los informes comprometidos relativos a las propuestas recibidas de negociación de acuerdos.

---

- **Cumplimiento de Compromisos Institucionales**

- **Informe de Programación Gubernamental**

La gestión desarrollada por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales – DIRECON - durante el año 2005 estuvo orientada principalmente a seguir avanzando en el proceso de integración a la economía mundial como una de las palancas principales del desarrollo nacional, en el marco de los objetivos estratégicos institucionales, realizando importante acciones en dos grandes áreas: a) negociaciones comerciales y b) promoción de exportaciones.

En este sentido, se llevaron a cabo acciones en los 25 productos comprometidos por la institución, de los cuales se destacan los siguientes logros o avances:

En relación objetivo “Promover y negociar acuerdos internacionales de carácter económico-comercial, dando cumplimiento a las decisiones del Comité Interministerial de negociaciones internacionales..”, se destacan los logros alcanzados en dos productos: Negociación de un Acuerdo de Libre Comercio con China y Negociación de una Acuerdo de Libre Comercio en Nueva Zelanda y Singapur, en ambos casos concluyeron las negociaciones en nuevos tratados comerciales, en el primero con la República Popular China, que fue firmado por los respectivos Cancilleres en la Cumbre APEC en noviembre del 2005. En el segundo, con tres socios comerciales simultáneamente: Nueva Zelanda, Singapur y Brunei (llamado acuerdo P4), que fue anunciado en la reunión de Ministros de Comercio de APEC, y firmado en Nueva Zelanda en julio del 2005. Cabe señalar, que los dos tratados se encuentran en etapa de aprobación legislativa.

Con respecto al objetivo “Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y de acceso a mercados contenidos en los Acuerdos suscritos”, se mencionan los avances en los productos: Implementación y administración del Acuerdo de Asociación Chile – UE e Implementación y Administración del TLC con México, respectivamente. En el primero, se destaca que a partir del 1 de marzo del 2005 entra en vigencia la totalidad del Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea (UE), incorporándose las disposiciones de servicios, inversiones y propiedad intelectual. En este sentido, se realizaron una serie de reuniones para tratar temas como, acuerdos de vinos y licores, propiedad intelectual, sistema de registro, evaluación y autorización de productos químicos en la comunidad europea, entre otros. Al respecto, se destaca la aceptación de la UE al registro de marca “Concha y Toro” para el mercado comunitario. En el segundo, se trabajó en el seguimiento de materias relacionadas con medidas sanitarias y fitosanitarias, reglas de origen y procedimientos aduaneros, procesos de investigación antidumping, entre otras. Además se avanza en acciones tendientes a concretar el Acuerdo de Asociación Estratégica entre Chile y México.

---

Por otro lado, en el objetivo “Maximizar el impacto real de las acciones de promoción de exportaciones, dentro del contexto de la política económica internacional que fije el Gobierno..”, se destacan los logros obtenidos en el producto “Diseño de Estrategia Imagen País”, en particular, el resultado de un arduo trabajo entre el sector público y privado, relacionado con la promoción internacional, se define la nueva marca Chile, lo que permitirá unificar y potenciar la imagen de Chile en el exterior. Es así, que el slogan “Chile, All Ways Surprising” o “Chile Sorprende, siempre”, será utilizado en todas las actividades de promoción de exportaciones, turismo e inversiones que se realicen en los mercados internacionales. Además se elaboró material promocional, como folletos, catálogos, audiovisuales, entre otros, que apoyaron tanto el lanzamiento nacional como el inicio de la promoción internacional, de la marca Chile.

En el objetivo “Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en las áreas donde están nuestros mayores fortalezas a través de la focalización de las acciones de promoción de exportaciones en mercados con acuerdos comerciales”, se mencionan los resultados en el producto Acciones de Promoción Comercial en Países con Acuerdos Comerciales. Cabe señalar, que se realizaron más de 1.0000 actividades de promoción de exportaciones como misiones comerciales, traída de compradores, participación en ferias internacionales, en sectores tales como: textil y confecciones, muebles, alimentos, vinos, servicios audiovisuales, de ingeniería, proveedores para la minería, entre otros, de las cuales el 90% se concentró en mercados con acuerdos comerciales. A modo de ejemplo, se puede mencionar la participación con pabellón-país en 17 de las ferias internacionales más importantes del mundo en los rubros como alimentos, vinos, textil, servicios, entre otros. Posicionamiento en el mercado mundial de los bonos de carbonos, especialmente en el mercado europeo, Posicionamiento de Chile como proveedor confiable de productos agroalimentarios, mediante la continuación de las misiones Sabores de Chile, en mercado de Europa del Este y Centroamérica, a lo que se une las Muestras y Catas de Vino, en países de Asia, Europa y América Latina. Además de las ruedas de negocios realizadas en el marco de la visita presidencial a Venezuela e India y en China, en el contexto del Comité Empresarial Chileno-Chino, lanzamiento del Portal de servicios, chileexportaservicios, en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago, entre otras.

---

## - Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones<sup>33</sup> Evaluadas<sup>34</sup>

Programa Evaluado: Fondo de Promoción de Exportaciones

Producto Estratégico: Apoyo a estrategias de comercialización internacional

En relación a los compromisos que surgen de la evaluación al programa en cuestión, se puede señalar que durante el año 2005 se alcanzó un cumplimiento total del 94% de éstos compromisos. En este sentido, los restantes se comprometen resolver mediante el presente informe. A continuación se destacan algunos de los compromisos cumplidos a la fecha de evaluación por parte de la Dipres:

1. Se unifican criterios entre los responsables del Programa y los responsables en Dipres.
2. Presentación, Definición y Aplicación de una pauta de evaluación de proyectos sectoriales y empresariales, aumentando el cofinanciamiento privado en los proyectos apoyados en el año 2005.
3. Aplicación de la metodología de evaluación de los proyectos del fondo de promoción. Se desarrolla sistema en la intranet institucional que permite evaluar y luego difundir resultados del proceso así como de los proyectos en cuestión.
4. Presentación de resultados de proyectos en que se aplicó la nueva metodología, señalan principales resultados y comportamiento de los indicadores de gestión.
5. Evaluación y aplicación de los cambios pertinentes en el proceso de operativo y técnico del apoyo a proyectos de promoción de exportaciones, mediante el fondo de promoción de exportaciones.

---

33 Instituciones que han sido objeto de una Evaluación Comprehensiva del Gasto.

34 Los programas a los que se hace mención en este punto corresponden a aquellos evaluados en el marco de la Evaluación de Programas que dirige la Dirección de Presupuestos.

---

- **Avances en Materias de Gestión**

- **Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión**

En materia de avances de la gestión institucional, debemos mencionar que DIRECON, ha desarrollado por quinto año este Programa, cumpliéndolo siempre en un 100%, con validación plena para cada uno de los objetivos de gestión comprometidos en todos los Sistemas. A partir del año 2006 se avanza desde un programa marco básico a un programa marco avanzado, lo que implica que se inicia el trabajo para cumplir las exigencias de certificar, gradualmente, los sistemas PMG de acuerdo a la norma ISO 9001:2000.

### **Grado de desarrollo por área estratégica**

Los avances más significativos durante el periodo que nos ocupa se registraron en los sistemas que se detallan:

En el marco del Sistema de Planificación y Control de Gestión, se logró implementar el Sistema de información para la gestión (SIG), lo que ha permitido incorporar elementos que apuntan a medir la gestión institucional en base a indicadores de gestión tanto de las áreas estratégicas como de apoyo o gestión interna.

En el Sistema de Gestión Territorial Integrada, se han logrado importantes avances como por ejemplo: la creación de una Coordinación Metropolitana, cuyo ámbito de acción es la Región Metropolitana y la delegación de atribuciones y facultades a las Direcciones Regionales. A lo anterior, se une la actualización del diagnóstico para determinar productos y servicios institucionales con perspectiva territorial, identificando así la forma de proveer o dar acceso a los servicios, especialmente a través de las oficinas regionales que existe a lo largo del país.

En el Sistema de Capacitación, se ejecutó el 100% del programa de capacitación institucional. Esto significó que más de 190 funcionarios se capacitaron en materias que contribuyen directamente a la gestión institucional como por ejemplo: comercio exterior, idiomas extranjeros, herramientas de control de gestión, atención al cliente, herramientas computacionales, entre otras.

En el Sistema de Oficinas de Información, Reclamos y Sugerencias (OIRS) se realizaron mejoras en las modalidades de atención al cliente, especialmente los demandantes de información comercial en promoción de exportaciones. Considerando la nueva ubicación física del Ministerio de Relaciones Exteriores, se logró abordar integralmente, con los otros servicios del Ministerio, las acciones a realizar durante el año 2006.

- **Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo**

<b>Cuadro 9</b>			
<b>Cumplimiento Convenio Colectivo año 2005</b>			
<b>Equipos de Trabajo</b>	<b>Dotación Efectiva del Equipo de Trabajo</b>	<b>Porcentaje de Cumplimiento de Metas</b>	<b>Incremento por Desempeño Colectivo</b>
Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales	12	100 %	4%
Dirección de Asuntos Económicos Bilaterales y Dirección General	57	100 %	4%
Subdirección de Planificación Y Control de Gestión	16	100 %	4%
Dirección de Promoción de Exportaciones	78	100 %	4%
Departamento de Información Comercial	21	100 %	4%
Departamento Administrativo	62	100 %	4%
Departamento Jurídico	9	100 %	4%
<b>Porcentaje de Cumplimiento Global Convenio Colectivo</b>		<b>100 %</b>	

Los compromisos asumidos a través de las metas colectivas apuntan a contribuir a un mejoramiento de la gestión de DIRECON tanto en las áreas del negocio propiamente tal como son negociaciones y promoción de exportaciones así como en las áreas de apoyo a la gestión, en particular las administrativas y jurídicas.

En lo que se refiere al área de Negociaciones, los compromisos estuvieron centrados en la Administración e Implementación de los Acuerdos y Tratados suscritos, en particular el Acuerdo de Asociación con la UE, los TLCs con Corea, EE.UU. y EFTA y los Acuerdos Comerciales con MERCOSUR y demás países de América Latina. Asimismo, en las negociaciones multilaterales en el marco de la OMC y el Foro APEC y las negociaciones bilaterales con importantes países de Asia, como son India, China y el P-4 (Nueva Zelanda, Singapur y Brunei). Los resultados son positivos, por cuanto se logró un considerable incremento del comercio bilateral y la oportuna atención a los problemas de acceso a mercados, así como en la conclusión de las negociaciones iniciadas. En relación a los compromisos en promoción de exportaciones, se ejecutaron planes de acción tendientes a promocionar la oferta exportable chilena, en particular de la pyme, en mercados con reales oportunidades de negocios, especialmente aquellos con los cuales existen acuerdos comerciales. A esto se une las mejoras tanto en los contenidos como en la entrega información comercial con énfasis en la referente al aprovechamiento de los acuerdos comerciales.

Por otro lado, en las áreas de apoyo se lograron avances en el ordenamiento de los procesos y sistemas vinculados con la administración tanto de los recursos asignados a la institución como los de terceros (BID y otros).

---

- **Cumplimiento de otros Incentivos Remuneracionales**

El Servicio no incorpora otro tipo de incentivos remuneracionales.

- **Avances en otras Materias de Gestión**

El Servicio, a parte de las ya descritas, no presenta avances en otras materias de gestión.



---

- **Proyectos de Ley**

**BOLETÍN: N° 3.630-10**

Descripción: El Proyecto de Ley, iniciado en mensaje de S.E. el Presidente de la República, tuvo por objeto realizar modificaciones orgánicas y de personal con la finalidad de mejorar la gestión institucional del Ministerio de Relaciones Exteriores y de los servicios dependientes atendidas las actuales condiciones en que se desarrollan las relaciones internacionales.

En segundo término, la iniciativa reconoce que la Cancillería es el principal instrumento de la política exterior del país y debe responder a la extrema complejidad que ha adquirido el escenario internacional, adecuando su estructura y su forma de gestión institucional a la nueva realidad mundial y a los cambios que ha experimentado en Chile el sistema de administración del Estado. El Proyecto original constaba de cuatro artículos permanentes y tres artículos transitorios.

Fecha de ingreso: El Proyecto fue ingresado el día 10 de agosto de 2004

Estado de tramitación: Se aprobó por el Congreso Nacional y se publicó en febrero de 2005 la Ley 19.999

Beneficiarios directos: En lo que respecta a la institución, los funcionarios de la planta de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales según establezca el Decreto de Fuerza de Ley que se faculta dictar al Presidente de la República, en cumplimiento de lo dispuesto por el artículo segundo transitorio de la iniciativa y en las condiciones que dicho precepto indica.

Se dictó el DFL 123 de 2005, del Ministerio de Relaciones Exteriores que modifica la Planta de la DIRECON.

---

## 4. Desafíos 2006

DIRECON tiene como desafíos para el año 2006, seguir trabajando en la articulación y reordenamiento constante de las tareas de este Servicio en lo que se refiere a la apertura de mercados, aprovechamiento de oportunidades y beneficios derivados de la implementación y administración de los acuerdos suscritos, la prevención y solución de conflictos comerciales y la promoción de exportaciones.

En este contexto, en materia de negociaciones internacionales, las prioridades serán implementar y administrar los acuerdos comerciales suscritos por Chile, concluir las negociaciones recientemente iniciadas y terminar los trabajos de los Grupos de Estudio Conjunto con Malasia y Tailandia.

En este sentido, algunas de las acciones a realizar en el ámbito de los acuerdos bilaterales, estarán orientadas a ejecutar el Plan de Acción Chile-UE elaborado por el Comité de Asociación, a continuar con la implementación de los Acuerdos de Vinos y Licores suscritos entre Chile y la Unión Europea, a fin de resolver las cuestiones pendientes, a organizar y dar seguimiento a las distintas instancias consideradas en el TLC con Corea y, a continuar con la implementación del TLC con EFTA a través de la reunión de la Comisión de Libre Comercio.

Por otro lado, considerando la importancia que tienen los países de América del Norte, para las exportaciones chilenas, otras de las tareas será la implementación y administración de los TLCs de Chile con Canadá, EEUU y México, especialmente se trabajará en dar cumplimiento al instructivo presidencial de negociar un Acuerdo de Asociación Estratégica con México, que incluya el TLC como pilar económico, además de capítulos sobre asuntos políticos y de cooperación. Además se inicia la ejecución del proyecto apoyo por el Banco Interamericano de Desarrollo, cuyo objetivo es mejorar los instrumentos técnicos, de información y organizativos para la tarea de implementación de los acuerdos comerciales

En relación a los países de la región, se avanzará en la negociación de la profundización de los ACEs, con Perú y Ecuador incluyendo materias de servicios, inversiones y perfeccionamiento del mecanismo de solución de controversias. Además se espera desarrollar el Programa Integral de Cooperación Económica con Bolivia, para articular la cooperación en materias de comercio internacional, acceso a mercados, promoción de exportaciones y turismo.

También se avanzará en la construcción de un sistema de integración energética en Sudamérica. Continuar con el proceso de fortalecimiento y profundización de las relaciones económico-comerciales de Chile con MERCOSUR y sus países miembros.

En lo que respecta a los Acuerdos en Negociación, se espera avanzar sustantivamente en la segunda fase de las negociaciones para un TLC con la República Popular China, lo que implica abordar materias de servicios e inversiones. Por otra parte, a partir de febrero del 2006 se iniciarán las negociaciones entre Chile y Japón, para alcanzar un Tratado de Libre Comercio.

A su vez, con India se buscará trabajar en una segunda fase de negociación para un TLC amplio y comprehensivo. Asimismo se iniciará y avanzará en el proceso de Intercambio de Información para un estudio conjunto con Tailandia y Malasia, con miras a la negociación de un Acuerdo de Libre Comercio.

---

Teniendo presente lo acordado en la VI Reunión Ministerial de la OMC, la declaración de Hong Kong establece fechas para el acuerdo de modalidades de negociación en Agricultura y NAMA y para presentar las listas revisadas de compromisos. Si estas fechas se cumplen, a mediados del año 2006, Chile deberá presentar sus nuevos compromisos arancelarios, y una segunda oferta revisada en servicios. Lo cual obliga a tener que coordinar los pasos a seguir, además de negociar texto en antidumping y subsidios pesqueros.

En el contexto del APEC, se apoyarán las actividades que emanen de la agenda temática APEC - 2006 con los diversos sectores nacionales comprometidos en el desarrollo y la ejecución de las tareas y compromisos asumidos durante el año 2004. En relación con la OCDE, se espera profundizar las gestiones para aumentar la probabilidad de ser miembros plenos de la Organización.

Por último, otros de los desafíos en el área de negociaciones es contribuir a la aprobación legislativa de los acuerdos comerciales recientemente celebrados con China, P4, India y Honduras.

En este marco, y a objeto de contribuir al aprovechamiento de los acuerdos comerciales, especialmente en materias de promoción de exportaciones, se realizarán una serie de acciones que apunten a avanzar en los procesos que permitan ampliar la cobertura y el impacto de los servicios de apoyo a las Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (Pymex). Además de concentrar el esfuerzo en empresas con real potencial exportador al tiempo de avanzar en articular esfuerzos con otros organismos del Estado, para generar apoyo para las empresas que aún no están preparadas.

Al respecto, es fundamental generar servicios de mayor valor agregado para los exportadores, poniendo énfasis en el perfeccionamiento del trabajo de las Oficinas Comerciales en el exterior (focalización), en la implementación de instrumentos que fomenten la cooperación interempresarial, como el "Coaching Interempresarial" y en el fortalecimiento de los instrumentos que promueven el cierre de negocios comerciales, tales como las Macro-Ruedas de Negocios. De esta manera, mantener una cartera de instrumentos de alto impacto y con innovación en la forma de llegar al cliente.

Además de promover los encadenamientos "hacia delante" de las Pymex, de manera de manera de propiciar un aprovechamiento más eficiente de los canales de comercialización. Y por último, propiciar un trabajo más integrado con el sector privado, con mayor cofinanciamiento y formas más eficientes de trabajo.

---

## 5. Anexos

- Anexo 1: Indicadores Desempeño presentados en Proyecto de Presupuestos año 2005
- Anexo 2: Otros Indicadores de Desempeño
- Anexo 3: Programación Gubernamental
- Anexo 4: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas
- Anexo 5: Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2005
- Anexo 6: Transferencias Corrientes
- Anexo 7: Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

- Anexo 1: Indicadores de Desempeño Presentados en el Proyecto de Presupuestos año 2005**

Cuadro 10 Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2005										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2005	Cumple SI/NO <sup>35</sup>	% Cumplimiento <sup>36</sup>	Notas
				2004	2004	2005				
Información comercial	Tiempo promedio de reembolso  Enfoque de Género: No	(Suma en días desde que se solicita hasta que se resuelven los reembolsos/N° de reembolsos entregados)	días	9	8	8	9	Si	113,00	1
Información comercial	Porcentaje de consultas en materia de promoción de exportaciones insatisfechas y abandonadas en call center de ProChile  Enfoque de Género: No	(Suma de consultas en materia de promoción de exportaciones insatisfechas y abandonadas/Número total de consultas recibidas en call center de ProChile)*100	%	10	06	05	10	Si	192,00	2
Apoyo a estrategias de comercialización internacional	Tasa de variación anual del número de PYMEs exportadoras  Enfoque de Género: No	((Número de PYMEs exportadoras t/Número de PYMEs exportadoras t-1)-1)*100	%	2 5938	6 5938	3 6490	3 6300	Si	103,00	
Apoyo a estrategias de comercialización internacional  Apoyo en los mercados de destino  Implementación, administración y negociación de acuerdos	Tasa de variación anual del monto de exportaciones nacionales  Enfoque de Género: No	((Monto de exportaciones nacionales año t/Monto de exportaciones nacionales año t-1)-1)*100	%	014 20.875	048 20.875.000.000	013 34.989	010 30.700	Si	114,00	

35 Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2005 es igual o superior a un 95% de la meta.

36 Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2005 en relación a la meta 2005.

**Cuadro 10**  
**Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2005**

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2005	Cumple SI/NO <sup>35</sup>	% Cumplimiento <sup>36</sup>	Notas
				2004	2004	2005				
Apoyo a estrategias de comercialización internacional	Tasa de variación anual del número de empresas exportadoras  Enfoque de Género: No	$((N^{\circ} \text{ de número de empresas exportadoras } t/N^{\circ} \text{ de número de empresas exportadoras } t-1)-1)*100$	%	05 6.435	03 6.636	04 6.884	03 6.828	Si	101,00	
Apoyo a estrategias de comercialización internacional	Tasa de variación anual del número de productos exportados  Enfoque de Género: No	$((\text{Número de productos exportados año } t/\text{Número de productos exportados año } t-1)-1)*100$	%	03 3.854	36 3.854	2,8 5.382	2,8 4.080	Si	132,00	3
Apoyo en los mercados de destino	Tasa de variación anual del número de mercados para exportación  Enfoque de Género: No	$((\text{Número de mercados para exportación } t/\text{Número de mercados para exportación } t-1)-1)*100$	%	04 165	04 165	06 182	00 170	Si	107,00	
Acciones de promoción comercial	Porcentaje de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados  Enfoque de Género: No	$(\text{Monto total de recursos para acciones de promoción comercial provenientes de privados}/\text{Monto total de recursos para acciones de promoción comercial})*100$	%	50	0	55	50	Si	110,00	
Acciones de promoción comercial	Porcentaje de ferias internacionales en mercados con TLCs en que participa Chile  Enfoque de Género: No	$(N^{\circ} \text{ de ferias internacionales en mercados con TLCs en que participa Chile}/N^{\circ} \text{ de ferias internacionales en mercados con TLCs realizadas})*100$	%	50	0	71	69	Si	103,00	

**Cuadro 10**  
**Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2005**

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2005	Cumple SI/NO <sup>35</sup>	% Cumplimiento <sup>36</sup>	Notas
				2004	2004	2005				
Implementación, administración y negociación de acuerdos	Porcentaje de compromisos cumplidos incluidos en los TLCs suscritos por Chile  Enfoque de Género: No	(N° de compromisos cumplidos incluidos en los TLCs suscritos por Chile/Total de compromisos incluidos en los TLCs suscritos por Chile)*100	%	NC	0	87	81	Si	107,00	

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio	100%
Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas	0%
Porcentaje de cumplimiento global del servicio	100%

**Notas:**

- 1.- Este indicador es Descendente, es decir, como máximo (meta) debemos demorarnos 9 días para tramitar los reembolsos. El valor efectivo 2005, nos demoramos en promedio 8 días para esta tramitación, con lo cual estamos cumpliendo con la meta.
- 2.- El sobre cumplimiento de la meta radica principalmente en la focalización de la atención que se ha realizado, priorizando a las empresas por sobre los estudiantes, disminuyendo con esto los tiempos de respuesta. Por otro lado los ejecutivos del call center han realizado una serie de cursos, principalmente en atención al público y en temas de comercio internacional lo que ha contribuido a realizar una metodología de atención más estructurada y especializada, por otro lado es necesario mencionar que la cantidad de llamadas, respecto al año anterior bajaron en alrededor del 12% lo que se traduce en mayor disponibilidad de tiempo para atender a los usuarios".
- 3.- No hay sobrecumplimiento en la Tasa de variación de los productos exportados. Esta variación alcanza al 2.8% (Efectivo 2005), lo que representa un 100% de Cumplimiento (meta 2.8%).

## • Anexo 2: Otros Indicadores de Desempeño

Cuadro 11 Avance Otros Indicadores de Desempeño año 2005								
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Avance <sup>37</sup> 2005/ 2004	Notas
				2003	2004	2005		
<i>Apoyo en los mercados de destino</i>	PORCENTAJE DE OFICINAS COMERCIALES DE PROCHILE EN PAISES CON ACUERDOS	Nº DE OFICINAS COMERCIALES DE PROCHILE EN PAISES CON ACUERDO (T) / Nº DE OFICINAS COMERCIALES DE PROCHILE TOTAL (T)	%	23	50	63	126	1
<i>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</i>	TASA DE VARIACION ANUAL DE LA CARTERA DE CLIENTES COFINANCIADOS DE FPEA	(( Nº DE CLIENTES COFINANCIADOS FPEA PERIODO AÑO 2005 / Nº DE CLIENTES COFINANCIADOS FPEA PERIODO AÑO 2004 ) - 1 ) * 100	%	S/i	3	45	145	3
<i>Apoyo en los mercados de destino</i>	PORCENTAJE DE INFORMES Y ESTUDIOS DE PRODUCTOS PRIORITARIOS DIFUNDIDOS	Nº DE INFORMES Y ESTUDIOS DE PRODUCTOS PRIORITARIOS DIFUNDIDOS / Nº TOTAL DE INFORMES Y ESTUDIOS DE PRODUCTOS PRIORITARIOS	%	70	78.97	96	122	5
<i>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</i>	PORCENTAJE DEL MONTO TOTAL DE PROMOCION DE EXPORTACIONES ASIGNADO A MERCADOS CON ACUERDOS	MONTO ASIGNADO A PROMOCION DE EXPORTACIONES A MERCADOS CON ACUERDOS / MONTO TOTAL ASIGNADO A PROMOCION DE EXPORTACIONES	%	S/i	48.07	71	148	6

### Notas:

1. Durante el año 2005 se incorporan a la gestión de la institución las Agregadurías Agrícolas. Existen 7 oficinas de éste tipo, de las cuales 5 se encuentran en países con acuerdos comerciales, como son México, EE.UU, Argentina, Brasil y Bélgica.
2. El significativo crecimiento en el número de clientes cofinanciados mediante el Fondo de Promoción Agropecuario, obedece principalmente al mejoramiento en las acciones a realizar en torno a la asignación de dicho fondo, como por ejemplo: difusión del concurso nacional (la mayor parte de éstos recursos se asignan mediante concurso público), asesoría en la elaboración de proyectos, evaluación de los proyectos, asignación de los recursos, entre otros. Lo cual contribuyó a aumentar la cobertura, especialmente de pequeñas y medianas empresas agropecuarios, con alta participación de empresas regionales.
3. Este sobrecumplimiento, se explica principalmente al esfuerzo institucional de focalizar las acciones de promoción de exportaciones, en productos y mercados de alto impacto. Esto implicó un ordenamiento institucional y definición de prioridades e indicadores de gestión, uno de los cuales es "generar información estratégica de mercado".
4. El sobrecumplimiento de éste indicador, se debe al esfuerzo y decisión institucional de focalizar las acciones de promoción de exportaciones, en productos y mercados de alto impacto, entendiéndose estos como aquellos países con los cuales Chile tiene suscritos acuerdos comerciales.

<sup>37</sup> El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene.



## • Anexo 3: Programación Gubernamental

Cuadro 12 Cumplimiento Programación Gubernamental año 2005			
Objetivo <sup>38</sup>	Producto <sup>39</sup>	Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula	Evaluación <sup>40</sup>
Promover y negociar acuerdos internacionales de carácter económico-comercial, dando cumplimiento a las decisiones del Comité Interministerial de negociaciones internacionales, compuesto por los Ministerios de Relaciones Exteriores, Hacienda, Economía, SEGPRES y Agricultura	Negociación de un Acuerdo de Libre Comercio con China	Implementación, Administración y Negociaciones de acuerdos	Cumplido
Promover y negociar acuerdos internacionales de carácter económico-comercial, dando cumplimiento a las decisiones del Comité Interministerial de negociaciones internacionales, compuesto por los Ministerios de Relaciones Exteriores, Hacienda, Economía, SEGPRES y Agricultura	Negociación de un Acuerdo de Libre Comercio con Nueva Zelanda y Singapur	Implementación, Administración y Negociaciones de acuerdos	Cumplido
Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y acceso a mercados con tenidos en los Acuerdos suscritos	Implementación y administración del Acuerdo de Asociación Chile-UE	Implementación, Administración y Negociaciones de acuerdos	Cumplido
Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y acceso a mercados con tenidos en los Acuerdos suscritos	Implementación y administración del TLC con México	Implementación, Administración y Negociaciones de acuerdos	Cumplido
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	Diseño de Estrategia Imagen País	Apoyo a Estrategias de Comercialización Internacional	Cumplido
Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en las áreas donde están nuestras mayores fortalezas a través de la focalización de las acciones	Acciones de Promoción Comercial en Países con Acuerdos Comerciales	Acciones de Promoción Comercial	Cumplido

38 Corresponden a actividades específicas a desarrollar en un período de tiempo preciso.

39 Corresponden a los resultados concretos que se espera lograr con la acción programada durante el año.

40 Corresponde a la evaluación realizada por la Secretaría General de la Presidencia.

• **Anexo 4: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas<sup>41</sup>**  
 (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2005)

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS DEL PROGRAMA/INSTITUCIÓN	
01 de Julio al 31 de Diciembre de 2005	
Fecha del Informe :24-02-2006 ; 13:14:03	
Programa/Institución:	Programa Fondo de Promoción de Exportaciones.
Ministerio:	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
Servicio:	DIRECCION GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES
Año evaluación:	2002
Compromiso	Cumplimiento
3. Implementación del Plan de Acción completo.	<p>IMPLEMENTACION PLANES DE ACCIONES AÑO 2005            A continuación se presenta informe relativo a la implementación de los planes de acción de los sectores Productos del Mar, Servicios e Industrias, respectivamente.</p> <p>1. PLAN DE ACCION SECTOR PRODUCTOS DEL MAR            El Plan de Acción del sector Productos del Mar, apunta principalmente al posicionamiento de los productos del mar chilenos, en particular, de los productos que se enmarcan en la definición de pesca extractiva y acuicultura, en los mercados priorizados.</p> <p>La implementación de éste plan considera la ejecución de proyectos de promoción de exportaciones tendientes a la promoción los productos del mar, especialmente en mercados con reales oportunidades de negocios, especialmente aquellos con los cuales Chile tiene suscrito acuerdos comerciales. Al respecto, se destaca lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediante el Fondo de Promoción Exportaciones se aprobaron 10 proyectos de promoción de exportaciones, que consideraban la ejecución de un total de 22 actividades de promoción de exportaciones, como misiones prospectivas, misiones comerciales, estudios de mercado, participación en ferias, entre otras. (ver detalle en cuadro adjunto).</li> <li>• Esto implicó apoyar a un total de 33 empresas, de las cuales el 71% son pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 8% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 21% grandes empresas.</li> <li>• Se realizaron 21 actividades, lo que implica un 95% de ejecución del plan de acción de productos del mar. Estas actividades se concentraron principalmente en los mercados de Nafta (50%, EE.UU y menor medida México), Europa (27%, Italia, España, Francia y Bélgica) y Asia (23%, Corea y China).</li> <li>• En términos de oferta exportable se realizaron actividades concretas para promocionar productos como ostiones, langostas vivas, filetes de anchoa, centollas y centellón, entre otros. En el caso de los ostiones, las actividades apuntaron a penetrar el mercado europeo, se realizaron misiones comerciales a Italia y España, con los filetes de anchoa, se prospectó el EE.UU, para promocionar las langostas vivas se realizaron misiones de prospección a los mercados de Francia y Bélgica, para ver las posibilidades de exportación de centolla y centellón se prospectaron los mercados de EE.UU y Corea.</li> <li>• De la ejecución del plan, se pueden destacar los siguientes avances: se logró abrir el mercado español para los ostiones con coral, se realizaron una de las primeras acciones de posicionamiento en el mercado chino, como fue participar en la feria China Fisheries &amp; Seafood Expo 2005, se realizaron contactos comerciales concretos para exportar langostas vivas al mercado de Bélgica y Francia.</li> </ul>

41 Se refiere a programas/instituciones evaluadas en el marco del Sistema de Evaluación que dirige la Dirección de Presupuestos.

• Por último, en relación a los indicadores de gestión definidos, “variación de empresas clientes” y “variación de exportaciones empresas clientes 2005/2004”, se puede mencionar:

o Tal como se señaló, a través de la ejecución del plan de acción de productos del mar se apoyaron 33 empresas, lo que significó un crecimiento del 83% con respecto a las apoyadas en el año 2004.

o Del total de empresas apoyadas en el año 2005, el 80% registró exportaciones no tradicionales en dicho año, alcanzando éstas a 703 millones de dólares, un 24% más que el año 2004.

## 2. PLAN DE ACCION SECTOR SERVICIOS

Este Plan de Acción está orientado a posicionar y visualizar al sector servicios como un sector con enormes potencialidades de exportación.

En este contexto, su implementación considera la ejecución de proyectos de promoción de exportaciones tendientes a la promoción servicios tales como: audiovisuales, de ingeniería, TIC's, de salud, editoriales, educacionales y ambientales, especialmente, en mercados con reales oportunidades de negocios, especialmente aquellos con los cuales Chile tiene suscrito acuerdos comerciales. Al respecto, se puede señalar lo siguiente:

• A través del Fondo de Promoción de Exportaciones se aprobaron 20 proyectos de promoción de exportaciones, el 25% fue para servicios audiovisuales, otro 25% para servicios de ingeniería, 20% TIC's, 10% editoriales y el resto servicios educacionales, ambientales y educacionales.

• El total de proyectos contemplaba la ejecución de un total de 56 actividades de promoción de exportaciones, como misiones prospectivas, misiones comerciales, estudios de mercado, participación en ferias, invitación potenciales clientes, realización de talleres, entre otras. (ver detalle en cuadro adjunto).

• Mediante estos proyectos se apoyó un total de 107 empresas, de las cuales el 82% son pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 5% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 13% grandes empresas.

• Se realizaron 49 actividades, lo que implica un 88% de ejecución del plan de acción de servicios. Estas actividades se orientaron a mercados de América del Sur (50%, Perú, Argentina, Colombia y Ecuador), Europa (29%, Italia, España y Francia), Nafta (18%, EE.UU y México) y Asia (3%, China).

• En audiovisual se realizaron actividades principalmente para apoyar lanzamientos de películas y cortometrajes, con ruedas de negocios en países como Italia, Francia, España y en menor medida EE.UU y Canadá. En servicios de ingeniería, se ejecutaron actividades en México y Perú, a objeto de promocionar servicios para obras de infraestructura, minería, entre otros, además se prospectó el mercado chino para ver posibilidades en las mismas áreas.

Con empresas editoriales se realizaron misiones comerciales a Colombia y Argentina, y se participó en ferias internacionales en México, España y Argentina. En servicios de salud, se ejecutaron misiones y traída de compradores, especialmente de Argentina y Ecuador. En TIC's se trabajó en el posicionamiento en mercado de América del Sur y en la búsqueda de socios estratégicos en el mercado Europeo. También se realizaron misiones comerciales a Brasil con servicios acuícolas. Por último, se pone en marcha el portal de servicios, [www.chileexportaservicios.cl](http://www.chileexportaservicios.cl), actividad realizada en conjunto con la Cámara de Comercio de Santiago.

• Entre los avances a destacar se pueden mencionar los siguientes: se inicia importante trabajo con empresas pertenecientes a los servicios de salud y TIC's, en éste se logró concretar alianza con empresa TIC's alemana orientada al mercado de habla español, venta de películas chilenas al mercado argentino y español (canales de TV privados), primeras exportaciones de servicios acuícolas a Brasil, primeros acercamientos con el mercado chino para dar a conocer innovadora tecnología para pavimentación (servicios), orientado al gobierno chino, mayores exportaciones de los servicios de ingeniería a México y concreción de nuevas alianzas de negocios.

• Por otro lado, con respecto a los indicadores de gestión definidos, “variación de empresas clientes” y “variación de exportaciones empresas clientes 2005/2004”, se presenta sus resultados:

o A través de la implementación del plan de acción del sector servicios se apoyaron 107 empresas,

lo que significó un crecimiento del 282% con respecto al año 2004. El subsector servicios de ingeniería presentó el mayor crecimiento a esto se unió la incorporación de nuevos subsectores como son servicios de salud, educacionales y TIC's.

o Del total de empresas apoyadas, el 32% registró exportaciones en el año 2005, alcanzando éstas a 38 millones de dólares, un 17% más que el año 2004. El subsector de mayor crecimiento fue el audiovisual. Cabe señalar, que éstas cifras se obtuvieron directamente de las empresas en cuestión, lo anterior responde a la imposibilidad de obtener cifras del Servicio Nacional de Aduanas (existe una sola partida arancelaria para el sector servicios, lo que no permite diferenciar a nivel de sector ni menos subsector).

### 3. PLAN DE ACCION SECTOR INDUSTRIAS

Este Plan de Acción está orientado a contribuir al posicionamiento de Chile como proveedor industrial, con una amplia oferta exportable de productos manufacturados, además de proveedor de soluciones integrales, desarrolladas a partir de los requerimientos propios de las distintas industrias, con desarrollo tecnológico que permite sustituir importaciones.

En este sentido, su implementación considera la ejecución de proyectos de promoción de exportaciones tendientes a la promoción productos asociados a los subsectores proveedores para la minería, textil y confecciones, artículos escolares, equipos e insumos médicos, bienes de capital agrícola, maquinaria forestal y equipos madereros, muebles, entre otros. Al respecto, se puede señalar lo siguiente:

- Mediante el Fondo de Promoción de Exportaciones se aprobaron 33 proyectos de promoción de exportaciones, el 24% fue para proveedores para la minería, 15% textil y confecciones, 6% artículos escolares, y otros como maquinaria y equipo forestal maderero, envases y embalajes y bienes de capital agrícola.

- El total de proyectos contemplaba la ejecución de un total de 62 actividades de promoción de exportaciones, como misiones prospectivas, misiones comerciales, participación en ferias internacionales, invitación potenciales clientes, visita a ferias internacionales, realización de show room, entre otras. (ver detalle en cuadro adjunto).

- A través de estos proyectos se apoyaron 128 empresas, de las cuales el 68% son pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 9% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 23% grandes empresas.

- Se realizaron 52 actividades, lo que implica un 84% de ejecución del plan de acción de industrias. Estas actividades se orientaron a mercados de América Latina, excluido México (50%, Perú, Brasil, Argentina y Colombia), Europa (15%, Italia, España y Francia), Nafta (27%, principalmente México) y Asia (8%, China).

- En proveedores para la minería se participó en ferias internacionales y se realizaron misiones comerciales a Brasil, México y Colombia, a lo que unieron misiones prospectivas a EE.UU y Canadá. Con maquinaria y equipos forestales madereros, se participó en feria internacional en Argentina y misiones prospectivas al mercado centroamericano. En el caso de los bienes de capital agrícola y agroindustriales, las acciones se centraron en Perú (realización de seminario y traída de potenciales compradores).

Con artículos escolares se participó en ferias internacionales en Brasil y México, de éste último además se invitaron potenciales compradores. Con envases y embalajes se participó en ferias internacionales en Argentina y traída de potenciales compradores de Colombia.

En el caso textil y confecciones, las actividades se orientaron a México y Canadá, misiones comerciales y showroom, y misiones prospectivas a EE.UU. En artesanías, especialmente de microempresarias se realizaron misiones y showroom en Italia.

A esto se une, el trabajo con insumos y equipos médicos, especialmente en el mercado de Brasil.

- Entre los avances a destacar se pueden mencionar los siguientes: se inicia el trabajo con empresas de los subsectores artículos escolares, envases y embalajes, bienes de capital agrícola, artesanías y construcción. Con empresas de confecciones se realizaron showroom en Canadá y México, reflejándose en el aumento de las exportaciones a Canadá. Se lograron las primeras exportaciones de microempresarias de artesanía a Italia.

	<p>En proveedores de la minería se fortalecieron las acciones hacia los mercados México y Brasil, en éste se participa por primera vez en una las ferias más importantes del rubro en dicho país. En muebles se apoya el posicionamiento de Chile como proveedor de muebles en mercado de EE.UU, se participa en una de las ferias más importantes del mundo, lo que incide positivamente en sus exportaciones (100% empresas regionales).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con respecto a los indicadores de gestión definidos, "variación de empresas clientes" y "variación de exportaciones empresas clientes 2005/2004", se presenta sus resultados: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Tal como se mencionó, se apoyaron 128 empresas, lo que significó un crecimiento del 35% con respecto al año 2004. El subsector con mayor crecimiento fue proveedores para la minería, además se nuevos subsectores como son artículos escolares, envases y embalajes, bienes de capital agrícola, artesanías y construcción.</li> <li>o Del total de empresas apoyadas durante el año 2005, el 70% registró exportaciones dicho año, alcanzando éstas a 362 millones de dólares, un 33% más que el año 2004. Los subsectores con mayor crecimiento, en orden de importancia, fueron proveedores para la minería, artículos escolares y muebles.</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. Presentación de resultados de los proyectos en que se aplicó nueva metodología, señalando cambios al FPE.</p>	<p>En el año 2004 a través del Fondo de Promoción de Exportaciones se apoyaron 141 empresas, siendo el 66% pymex (ventas totales anuales (nacionales y externas) entre 50.000 y 7.5 millones de dólares), 18% micro (ventas menores a 50.000 dólares) y un 16% grandes empresas. A su vez, el 52% son empresas regionales.</p> <p>Entre los sectores apoyados están productos del mar, industrias (principalmente: insumos, medicamentos e equipos médicos, proveedores de insumos y equipos mineros, textil y confecciones) y servicios (editoriales, audiovisuales y servicios de ingeniería).</p> <p>En este sentido, se aprobaron 40 proyectos de promoción de exportaciones (PPE), que consideraban la ejecución de cerca de 100 actividades estratégicas, las cuales contribuyen directamente a la promoción de exportaciones de los productos o servicios en cuestión. De éstos, el 65% son del sector industrias, 25% del sector servicios y 10% de productos del mar, por cada proyecto, en función de las actividades estratégicas, se generaron informes técnicos, los cuales tal como se señaló en punto 3.1.2, se encuentran publicados en la intranet institucional.</p> <p>En relación a los resultados, es necesario tener presente lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El análisis considera las empresas apoyadas durante el año 2004, los resultados en exportaciones no necesariamente se reflejan en dicho año. Por ello, se presenta el comportamiento de las exportaciones de la industria comparable de los sectores apoyados, en particular industrias y productos del mar. En el caso del sector servicios, no existe información acerca del comportamiento de la industria comparable.</li> <li>- Los resultados se presentan en función de los principales indicadores institucionales, variación de empresas clientes y variación de exportaciones empresas clientes 2004/2003.</li> </ul> <p>Resultados:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. En el año 2004 se apoyaron 141 empresas, un 88% más que el año 2003. Sus exportaciones totales no tradicionales alcanzaron a 196 millones de dólares, lo que implica un crecimiento del 6% con respecto al año 2003.</li> <li>2. En el sector Industrias se apoyó a 95 empresas (72% empresas pymex), un 58% más que el año 2003, las cuales alcanzaron exportaciones totales no tradicionales por 54 millones de dólares, un incremento del 45% con respecto al año 2003. Por su parte, la variación de exportaciones de la industria (considerando todos los subsectores apoyados por ProChile) fue de 28% con respecto al año 2003. Los clientes ProChile tuvieron un comportamiento positivo de 17 puntos porcentuales por sobre la industria (comparable).</li> </ol> <p>A nivel de subsector en el sector industria, se destacan los siguientes resultados:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Insumos, medicamentos e equipos médicos, se apoyaron a 18 empresas (72% pymex) las que tuvieron en el año 2004 exportaciones no tradicionales por 15 millones de dólares, 34% más que el año 2003. Los principales mercados fueron de América del sur, principalmente Perú, Colombia y Venezuela. La variación de las exportaciones de la industria comparable fue de un 21%, 13 puntos porcentuales por debajo del comportamiento de los clientes de Prochile.</li> </ol>

b. Proveedores de insumos y equipos mineros, se apoyaron 15 empresas (65% pymex) la que alcanzaron exportaciones no tradicionales por 12 millones de dólares, 113% más que el año 2003. Los principales mercados fueron Perú, Argentina y E.E.UU. Por su parte, la industria tuvo una variación del 42%, es decir, los clientes Prochile tuvieron un crecimiento en sus exportaciones de 71 puntos porcentuales más que la industria comparable.

c. Textil y confecciones: se apoyaron a 21 empresas (72% pymex), las cuales presentaron exportaciones no tradicionales por un total de 18 millones de dólares, un 41% superior al año 2003. Los principales mercados fueron México, Brasil y Perú. Por otro lado, la exportaciones de la industria bajaron sus exportaciones en un 2%, muy inferior al comportamiento de los clientes Prochile.

3. En el sector Productos del Mar se apoyaron 18 empresas (83% es pymex), 125% más que el año 2003, las cuales presentaron exportaciones totales no tradicionales por 135 millones de dólares, un - 6% con respecto al año 2003 y los principales mercados fueron Europa y Asia (mercados apoyados mediante los PPE). Por su parte, las exportaciones de la industria disminuyeron en un 13%. Considerando la oferta exportable, no tiene sentido desagregar análisis a nivel de subsector.

4. Por último, en el sector Servicios se apoyaron 28 empresas (60% pymex), un 300% más que el año 2003. De dichas empresas el 71% son del subsector servicios de ingeniería, 18% del audiovisual y el resto de editorial. Las exportaciones del total de empresas exportadoras apoyadas en el año 2004, alcanzaron a 6 millones de dólares, lo significa un 32% de incremento con respecto del año 2003. Cabe señalar, que éstas cifras se obtuvieron directamente de las empresas en cuestión, lo anterior responde a la imposibilidad de obtener cifras del Servicio Nacional de Aduanas (existe una sola partida arancelaria para el sector servicios, lo que no permite diferenciar a nivel de sector ni menos subsector).

A nivel de subsector en el sector Servicios, se destacan los siguientes resultados:

a. En Audiovisual, se apoyaron a 5 empresas, de las cuales 3 lograron exportar, siendo las exportaciones totales de 0.37 millones de dólares, un 10% más que el año 2003. Su principal mercado es América Latina, principalmente México (mercado apoyado mediante los PPE), donde lograron distribuir películas en canales de TV pagados.

b. En Servicios de ingeniería y construcción, se beneficiaron 20 empresas, de las cuales el 50% lograron exportaciones por un monto total de 6 millones de dólares, un 34% más que el año 2003, siendo el principal sector apoyado en el sector servicios. El mercado natural es América Latina, especialmente los países de Ecuador, Venezuela, Colombia, Perú y menor escala en Bolivia y Argentina. Su negocio exportador está orientado a participar en proyectos productivos o de servicios tanto privados como gubernamentales. Durante el año 2004 se adjudicaron una serie de proyectos en los mercados ya mencionados.

c. En Editorial, se apoyó a 2 empresas, si bien sus exportaciones son incipientes, 5.042 dólares, se lograron convenios en México y Argentina.

d. En Medio Ambiente, se apoya en promover la oferta de servicios de la asociación que agrupa a las empresas y profesionales vinculadas al medio ambiente. En esta línea, se trabaja en etapa prospectiva, a objeto de investigar mercados de América del Sur.

- Anexo 5: Cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión 2005**

## I. IDENTIFICACION

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

## II. CUMPLIMIENTO PMG

Áreas de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión						Prioridad	Ponderador	Valida Sistema
		Etapas de Desarrollo o Estados de Avance								
		I	II	III	IV	V	VI			
Recursos Humanos	Capacitación				○			ALTA	15%	✓
	Higiene-Seguridad y Mejoramiento de Ambientes de Trabajo				○			MEDIANA	6%	✓
	Evaluación de Desempeño				○			MENOR	5%	✓
Calidad de Atención a Usuarios	Oficinas de Información, Reclamos y Sugerencias, OIRS						○	MEDIANA	6%	✓
	Gobierno Electrónico			○				ALTA	15%	✓
Planificación / Control / Gestión Territorial Integrada	Planificación / Control de Gestión						○	ALTA	15%	✓
	Auditoria Interna				○			ALTA	15%	✓
	Gestión Territorial Integrada			○				MEDIANA	6%	✓
Administración Financiera	Sistema de Compras y Contrataciones del Sector Público						○	MEDIANA	6%	✓
	Administración Financiero-Contable						○	MEDIANA	6%	✓
Enfoque de Género	Enfoque de Género				○			MENOR	5%	✓

**Porcentaje Total de Cumplimiento : 100 %**

---

**Sistemas Eximidos / Modificados**

DIRECON no tiene sistemas eximidos/modificados

Cuadro 15 Cumplimiento PMG años 2002 – 2004			
	2002	2003	2004
Porcentaje Total de Cumplimiento PMG	100%	100%	100%



• **Anexo 6: Transferencias Corrientes<sup>42</sup>**

<b>Cuadro 16.a Transferencias Corrientes</b>					
Descripción	Presupuesto Inicial 2005 <sup>43</sup> (M\$)	Presupuesto Final 2005 <sup>44</sup> (M\$)	Gasto Devengado <sup>45</sup> (M\$)	Diferencia <sup>46</sup>	Notas
<b>TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS</b>		<b>(A 1, A 2)</b>			
<b>Programa Certificación de Origen</b>	-	<b>424.834</b>	<b>360.535</b>	<b>64.299</b>	<b>(A 3, B 1)</b>
Gastos en Personal	-	4.742	1.594	3.148	
Bienes y Servicios de Consumo	-	411.692	353.981	57.711	
Inversión Real	-	8.400	4.960	3.440	
<b>Programa ProChile</b>	<b>1.698.846</b>	<b>1.086.991</b>	<b>1.031.219</b>	<b>55.772</b>	
Gastos en Personal	883.009	706.326	703.025	3.301	
Bienes y Servicios de Consumo	803.487	257.720	205.250	52.470	
Inversión Real	12.350	122.945	122.944	1	
<b>Programa Diversificación de Mercados BID-PYMEX</b>	-	<b>104.294</b>	<b>49.970</b>	<b>54.324</b>	<b>(B 2)</b>
Gastos en Personal	-	30.834	11.610	19.224	
Bienes y Servicios de Consumo	-	69.167	35.379	33.788	
Inversión Real	-	4.293	2.981	1.312	
<b>Programa Promoción para Negociaciones</b>	<b>1.228.604</b>	<b>1.311.829</b>	<b>1.308.238</b>	<b>3.591</b>	
Gastos en Personal	1.075.958	1.143.097	1.143.097	-	

42 Incluye solo las transferencias a las que se les aplica el artículo 7° de la Ley de Presupuestos.

43 Corresponde al aprobado en el Congreso.

44 Corresponde al vigente al 31.12.2005.

45 Incluye los gastos no pagados el año 2005.

46 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

**Cuadro 16.a**  
**Transferencias Corrientes**

Descripción	Presupuesto Inicial 2005 <sup>43</sup> (M\$)	Presupuesto Final 2005 <sup>44</sup> (M\$)	Gasto Devengado <sup>45</sup> (M\$)	Diferencia <sup>46</sup>	Notas
Bienes y Servicios de Consumo	135.056	147.284	147.283	1	
Inversión Real	17.590	21.448	17.858	3.590	
<b>Programa Imagen País</b>	<b>109.375</b>	<b>312.065</b>	<b>291.280</b>	<b>20.785</b>	
Gastos en Personal	76.500	120.876	117.842	3.034	
Bienes y Servicios de Consumo	22.359	189.199	172.745	16.454	
Inversión Real	10.516	1.990	693	1.297	
<b>Programa Agrícola</b>	<b>1.099.761</b>	<b>2.562.787</b>	<b>2.419.850</b>	<b>142.937</b>	
Gastos en Personal	560.878	915.650	836.980	78.670	
Bienes y Servicios de Consumo	527.885	1.610.483	1.546.216	64.267	
Inversión Real	10.998	36.654	36.654	-	
<b>Programa Defensa Comercial</b>	<b>103.578</b>	<b>95.718</b>	<b>94.641</b>	<b>1.077</b>	
Gastos en Personal	87.909	91.818	90.743	1.075	
Bienes y Servicios de Consumo	15.669	2.650	2.650	-	
Inversión Real	-	1.250	1.248	2	
<b>Programa Fortalecimiento de la Capacidad Institucional</b>	<b>-</b>	<b>147.900</b>	<b>49.566</b>	<b>98.334</b>	<b>(B 3)</b>
Gastos en Personal	-	93.118	37.701	55.417	
Bienes y Servicios de Consumo	-	26.395	11.865	14.530	
Inversión Real	-	28.387		28.387	
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS</b>	<b>4.240.164</b>	<b>6.046.418</b>	<b>5.605.299</b>	<b>441.119</b>	

---

A.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO INICIAL Y EL PRESUPUESTO FINAL EN MONEDA EXTRANJERA.

1. Incorporación del Saldo Inicial de Caja, a través del Decreto N°314 por M\$ 122.238, destinados a cubrir los saldos de anticipos otorgados durante ejercicios anteriores y que no lograron ser rendidos y contabilizados en su totalidad durante el ejercicio presupuestario 2005, producto del desfase natural en los procesos administrativos vinculados a dichas actividades. Además, considera los Saldos por girar correspondiente a compromisos por convenios suscritos con empresas del sector privado en el marco del Concurso Nacional bajo la modalidad de anticipo o contra reembolso.
2. Variación por Cambios de Moneda en los distintos Fondos, autorizados mediante los Decretos N° 774, N° 1157 y N° 1399, permitiendo adecuar eficientemente el presupuesto vigente del Subtítulo 24 al desarrollo de las diferentes actividades en materia de Promoción de Exportaciones, Negociaciones y Administración de ACs y TLCs suscritos, en las monedas correspondientes.
3. Incorpora presupuesto de Ingresos y Gastos para el Programa Certificación de Origen, de acuerdo al Decreto N° 63 por M\$ 420.000, de carácter autofinanciable a través de la emisión de certificados de origen, donde el 90% de los ingresos percibidos deben ser cancelados a las entidades certificadoras, como lo son la Cámara de Fomento Fabril (SOFOFA), la Cámara Nacional de Comercio de Santiago y Turismo de Chile.

B.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO FINAL Y EL GASTO DEVENGADO EN MONEDA EXTRANJERA.

1. El Fondo Certificación de Origen alcanzó una ejecución de un 87% de su presupuesto vigente, ya que los ingresos obtenidos por este mismo concepto, ascendieron a M\$ 350.421.- limitando su gasto presupuestario para el ejercicio 2005, debido a que corresponde a un proyecto autofinanciable.
2. El Programa Diversificación de Mercados Bid Pymex, corresponde a un programa financiado a través de una donación otorgada por el Banco Interamericano del Desarrollo por un monto de MUS\$ 630 consolidados, del cual se percibieron recursos financieros por MUS\$ 205 consolidados. La mayor parte de las actividades relacionadas a este programa comenzaron a desarrollarse durante los dos últimos meses del año, alcanzando una ejecución anual de M\$ 49.970, las cuales serán concluidas durante los primeros meses del 2006.
3. El Proyecto de "Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de Direcon" en moneda nacional, alcanzó una ejecución de M\$ 49.566, existiendo recursos anticipados para el desarrollo de las diferentes actividades de este proyecto, los cuales deberán ser rendidos al 31 de enero del 2006. Cabe destacar, que del total de los recursos autorizados para este proyecto que alcanzó los MUS\$ 639 consolidados, fueron percibidos sólo MUS\$ 128 consolidados para financiar tanto las actividades en moneda nacional como extranjera.

**Cuadro 16.b**  
**Transferencias Corrientes**

Descripción	Presupuesto Inicial 2005 <sup>47</sup> (MUS\$)	Presupuesto Final 2005 <sup>48</sup> (MUS\$)	Gasto Devengado <sup>49</sup> (MUS\$)	Diferencia <sup>50</sup>	Notas
<b>TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS</b>		<b>(A 1, A 2)</b>			
<b>Programa ProChile</b>	<b>599</b>	<b>1.821</b>	<b>1.665</b>	<b>156</b>	
Gastos en Personal	200	682	643	39	
Bienes y Servicios de Consumo	384	1.090	972	118	
Inversión Real	15	49	49	-	
<b>Programa Diversificación de Mercados BID PYMEX</b>	<b>990</b>	<b>630</b>	<b>5</b>	<b>625</b>	<b>(B 1)</b>
Gastos en Personal	-	15	3	12	
Bienes y Servicios de Consumo	990	615	2	613	
Inversión Real	-	-	-	-	
<b>Programa Promoción para Negociaciones</b>	<b>713</b>	<b>1.271</b>	<b>1.183</b>	<b>88</b>	<b>(A 3)</b>
Gastos en Personal	222	477	467	10	
Bienes y Servicios de Consumo	489	793	715	78	
Inversión Real	2	1	1	-	
<b>Programa Imagen País</b>	<b>1.037</b>	<b>683</b>	<b>669</b>	<b>14</b>	
Gastos en Personal	42	63	62	1	
Bienes y Servicios de Consumo	995	620	607	13	
Inversión Real	-	-	-	-	

47 Corresponde al aprobado en el Congreso.

48 Corresponde al vigente al 31.12.2005.

49 Incluye los gastos no pagados el año 2005.

50 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

**Cuadro 16.b**  
**Transferencias Corrientes**

Descripción	Presupuesto Inicial 2005 <sup>47</sup> (MUS\$)	Presupuesto Final 2005 <sup>48</sup> (MUS\$)	Gasto Devengado <sup>49</sup> (MUS\$)	Diferencia <sup>50</sup>	Notas
<b>Programa Agrícola</b>	<b>9.305</b>	<b>6.979</b>	<b>6.806</b>	<b>173</b>	<b>(A 4)</b>
Gastos en Personal	1.396	1.436	1.436	-	
Bienes y Servicios de Consumo	7.816	5.530	5.358	172	
Inversión Real	93	13	12	1	
<b>Programa Defensa Comercial</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	
Gastos en Personal	-	3	3	-	
Bienes y Servicios de Consumo	-	13	12	1	
Inversión Real	-	-	-	-	
<b>Programa Fortalecimiento de la Capacidad Institucional</b>	<b>-</b>	<b>384</b>	<b>39</b>	<b>345</b>	<b>(A 5, B2)</b>
Gastos en Personal	-	83	4	79	
Bienes y Servicios de Consumo	-	289	35	254	
Inversión Real	-	12	-	12	
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS</b>	<b>12.644</b>	<b>11.784</b>	<b>10.382</b>	<b>1.402</b>	

A.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO INICIAL Y EL PRESUPUESTO FINAL EN MONEDA EXTRANJERA.

1. Incorporación de Saldo Inicial de Caja, a través del Decretos N°314 por MUS\$ 502.- en el Subtítulo 24 "Transferencias Corrientes" destinados a cubrir los saldos de anticipos otorgados durante ejercicios anteriores y que no lograron ser rendidos y contabilizados en su totalidad durante el ejercicio presupuestario 2005, producto del desfase natural en los procesos administrativos vinculados a dichas actividades. Además, considera los Saldos por girar correspondiente a compromisos por convenios suscritos con empresas del sector privado en el marco del Concurso Nacional bajo la modalidad de anticipo o contra reembolso.
2. Variación por Cambios de Moneda en los distintos Fondos, autorizados mediante los Decretos N° 774, N° 1157 y N° 1399 por un monto de MUS\$ 1.128, MUS\$ 513 y MUS\$ 79 respectivamente, permitiendo adecuar eficientemente el presupuesto vigente del Subtítulo 24 al desarrollo de las diferentes actividades en materia de Promoción de Exportaciones, Negociaciones y Administración de ACs y TLCs suscritos, en las monedas correspondientes.

- 
3. Reasignación interna de MUS\$ 100 e incorporación de MUS\$ 120 por Otros Ingresos, para financiar las actividades en el marco del Estudio Conjunto para un Tratado de Libre Comercio con Japón y la Ronda de negociaciones para consolidar las relaciones comerciales con China.
  4. Reasignación de recursos al Subtítulo 21 "Gastos en Personal" y al Subtítulo 22 "Bienes y Servicios de Consumo" para financiar los gastos asociados a la destinación y adscripción de los Agregados Agrícolas en la ciudad de Bruselas.
  5. Incorporación de la Línea de Crédito FAPEP por MUS\$ 200, con un fondo rotatorio de MUS\$ 40, correspondiente a los recursos para la puesta en marcha y realización de las actividades esenciales del Proyecto "Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de Direcon" y mayores recursos presupuestarios por MUS\$ 439 consolidados, correspondientes al préstamo otorgado por el Banco Interamericano del Desarrollo para su financiamiento.

B.- PRINCIPALES CAUSAS QUE DIERON ORIGEN A LAS DIFERENCIAS RESULTANTES ENTRE EL PRESUPUESTO FINAL Y EL GASTO DEVENGADO EN MONEDA EXTRANJERA.

1. El Programa Diversificación de Mercados Bid Pymex, corresponde a un programa financiado a través de una donación otorgada por el Banco Interamericano del Desarrollo, del cual se recibieron recursos financieros por MUS\$ 205. La mayor parte de las actividades relacionadas a este programa comenzaron a desarrollarse durante diciembre, donde la ejecución anual alcanzó un monto de MUS\$ 5, las que serán finalizadas durante los primeros meses del 2006.
2. El Proyecto de "Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de Direcon" en moneda extranjera, alcanzó una ejecución de MUS\$ 39 durante el 2005, existiendo recursos anticipados para el desarrollo de las diferentes actividades de este proyecto, los cuales deberán ser rendidos al 31 de enero del 2006. Cabe destacar, que del total de los recursos autorizados para este proyecto que alcanzó los MUS\$ 639 consolidados, fueron percibidos sólo MUS\$ 128 consolidados para financiar tanto las actividades en moneda nacional como extranjera.

## • Anexo 7: Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 17 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>51</sup>		Avance <sup>52</sup>	Notas
		2004	2005		
Días No Trabajados Promedio Mensual Número de días no trabajados por funcionario.	(N° de días de licencias médicas, días administrativos y permisos sin sueldo año t/12)/ Dotación Efectiva año t	1,63	0,49	3,32	
Rotación de Personal Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.	(N° de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año t/ Dotación Efectiva año t ) *100	7,55	5,34	141	
Rotación de Personal Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
• Funcionarios jubilados	(N° de funcionarios Jubilados año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0,31	0,00	0	
• Funcionarios fallecidos	(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0,00	0,00	0	
• Retiros voluntarios	(N° de retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100	7,23	5,34	141	
• Otros	(N° de otros retiros año t/ Dotación efectiva año t)*100	0,00	0,00	0	
• Razón o Tasa de rotación	N° de funcionarios ingresados año t/ N° de funcionarios en egreso año t) *100	187,5	140,00	134	

51 La información corresponde al período Junio 2003-Mayo 2004 y Enero-Diciembre 2005, exceptuando los indicadores relativos a capacitación y evaluación del desempeño en que el período considerado es Enero 2004-Diciembre 2004 y Enero 2005-Diciembre 2005.

52 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene. Para calcular este avance es necesario, previamente, determinar el sentido de los indicadores en ascendente o descendente. El indicador es ascendente cuando mejora la gestión a medida que el valor del indicador aumenta y es descendente cuando mejora el desempeño a medida que el valor del indicador disminuye.

**Cuadro 17**  
**Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos**

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>51</sup>		Avance <sup>52</sup>	Notas
		2004	2005		
Grado de Movilidad en el servicio Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	1,79	77,05	4304	
Grado de Movilidad en el servicio Porcentaje de funcionarios a contrata recontractados en grado superior respecto del N° de funcionarios a contrata Efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año t}) / (\text{Contrata Efectiva año t}) * 100$	19,42	50,91	262	
Capacitación y Perfeccionamiento del Personal Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	46,7	72,60	155	
Porcentaje de becas <sup>53</sup> otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$	14,6	7	209	
Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas para Capacitación año t} / \text{N}^\circ \text{ de funcionarios capacitados año t})$	34,3	30,62	1,1	
Grado de Extensión de la Jornada Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t} / 12) / \text{Dotación efectiva año t}$	0,00	4,97	00	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación del Desempeño<sup>54</sup></li> </ul> Distribución del personal de acuerdo a los resultados de las calificaciones del personal.	Lista 1 % de Funcionarios	100	99	99	
	Lista 2 % de Funcionarios	0	1	00	
	Lista 3 % de Funcionarios				
	Lista 4 % de Funcionarios				

53 Considera las becas para estudios de pregrado, postgrado y/u otras especialidades.

54 Esta información se obtiene de los resultados de los procesos de evaluación de los años correspondientes.