

NOMBRE DEL PROGRAMA: IMAGEN DE CHILE

DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

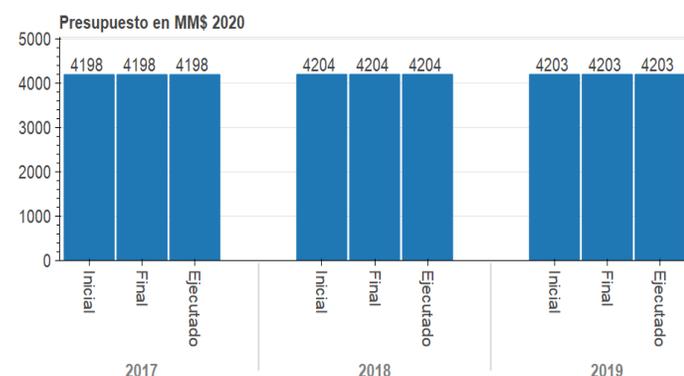
DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA:

Imagen de Chile es una fundación de derecho privado, sin fines de lucro, de duración indefinida, que tiene por misión promover la imagen país en el exterior, contribuyendo a su competitividad. Lo anterior implica coordinar la labor de los principales sectores que construyen imagen como son: Cultura, deporte, exportaciones, inversiones y turismo, entre otros, generando alianzas con actores del sector público y privado que permiten alinear el mensaje en torno a Chile y lograr mayor impacto en las acciones de promoción. Para avanzar en el posicionamiento favorable de Chile a nivel internacional, la institución implementa una estrategia que apunta a dar a conocer los atributos diferenciadores del país que son propios de su identidad.

HISTORIAL EVALUATIVO DEL PROGRAMA:

Año de inicio: 2009
Monitoreado desde: 2015
Evaluación Ex-Ante de diseño: Recomendado Favorablemente (Revisión de Diseño - 2018)
Evaluación ex post: Sin evaluación ex post en los últimos cinco años

PRESUPUESTO Y EJECUCIÓN



Presupuesto por subtítulo	Monto ejecutado (M\$ (2020))
Subtítulo 24	4.202.778
Total	4.202.778

Ejecución respecto a:	Año		
	2017	2018	2019
Presupuesto inicial	100%	100%	100%
Presupuesto final	100%	100%	100%

Recursos extrapresupuestarios año (M\$ (2020))		
No	Fuente	No aplica
	Monto	No aplica

COSTO Y PRODUCCIÓN DE COMPONENTES (M\$ 2020): BIENES

Componente (Unidad)	Gasto ejecutado (Miles de \$ (2020))			Producción (Unidad)			Gasto unitario (Miles de \$ (2020))		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Programa de Uso de Marca (Número de empresas que usan la Marca País)	108.593	250.779	178.190	146	490	Sin información	744	512	Sin información
Plan difusión en prensa internacional (Número de publicaciones producto de los viajes y conferencias.)	No aplica	282.993	309.000	1.147	1.899	Sin información	314	149	Sin información

Alianzas estratégicas (Número de alianzas estratégicas realizadas)	364.050	213.576	300.760	18	30	Sin información	20.225	7.119	Sin información
Campañas y Activaciones en Chile y el extranjero (Número de campañas y activaciones ejecutadas)	1.325.743	1.212.134	1.560.842	57	52	Sin información	23.259	23.310	Sin información
Marketing Digital (N° contenidos generados para Facebook Twitter Instagram y plataformas website, App móviles, campañas)	No aplica	420.486	159.650	7.435	7.002	Sin información	36	60	Sin información
Análisis de tendencias (Número de estudios y monitoreos)	256.653	149.424	74.160	18	15	Sin información	14.258	9.962	Sin información
Gasto Administrativo subtítulo 24	1.452.008	1.674.460	1.620.176						
Gasto Administrativo subtítulo (21,22, etc.)¹	No aplica	No aplica	0						
Total	4.198.203	4.203.853	4.202.778						
Porcentaje gasto administrativo	33,7%	38,9%	38,6%						

POBLACIÓN BENEFICIADA			
	2017	2018	2019
Objetivo	10.295.000 personas	9.250.000 personas	11.581.000 personas
Beneficiada (Beneficiada/Objetivo)	1.987.500 19,3%	9.929.408 107,3%	7.192.821 62,1%
Nueva (Nueva/Beneficiada)	289.988 14,6%	9.929.408 100%	7.192.821 100%
Egresada (Egresada/Beneficiada)	0 0%	0 0%	0 0%

GASTO POR BENEFICIARIO (MILES DE \$ (2020))		
2017	2018	2019
No aplica	No aplica	No aplica ²

CRITERIOS DE FOCALIZACIÓN
Definición de ciudades según estudios de mercados consultados a nuestros principales stakeholders (Turismo, Prochile, InvestChile, Subsecretaría de RREE). Estimación de 10% de población a atender para cada ciudad, según población actual

¹ La información desagregada de gasto administrativo según subtítulo fue requerida a partir del año 2019, por lo que no está disponible para los años precedentes.

² La Población objetivo y beneficiaria no es fácilmente identificable debido al tipo de servicios que entrega el programa (difusión e información a través de canales de libre acceso). Por lo anterior, no se cuenta con una cuantificación precisa de las poblaciones, y no se considera relevante calcular el dato de gasto promedio por beneficiario.

LOGROS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN				
Componente (Unidad)	Etapas	2017	2018	2019
Campañas y Activaciones en Chile y el extranjero	Cantidad de personas alcanzadas por las campañas publicitarias (Chile + país/ciudad/estado prioritario, con viralización y tv paga)	187.115.733	206.727.789	Sin información
Marketing Digital	Cantidad de seguidores en plataforma digital (sitio web + redes sociales)	14.876.704	21.297.003	Sin información

RESULTADOS REPORTADOS POR EL PROGRAMA A NIVEL DE PROPÓSITO				
Propósito				
Aumentar el nivel de familiaridad de la Marca País a nivel internacional, con foco en tomadores de decisión en mercados prioritarios de EE.UU. China y Brasil.				
Nombre indicador	Fórmula de cálculo	2017	2018	2019
Porcentaje de los tomadores de decisión, residentes en mercados prioritarios internacionales, que reconocen la Marca País, es decir que les resulta "familiar" o "muy familiar".	(N° de personas tomadoras de decisión, residentes en mercados prioritarios internacionales, que reconocen la Marca País como "familiar" o "muy familiar"/Total de la muestra representativa)*100	40% (72/181)	58% (888/1.544)	73% (149/203)

OTROS INDICADORES				
Nombre indicador	Fórmula de cálculo	2017	2018	2019
Aumentar en un 10% las descargas totales de las APPs Marca Chile³	(Descargas 2019 / Descargas 2018)*100	No aplica	No aplica	19,9% (442.012/ 368.502)

COMENTARIOS EVALUADORES	
Eficiencia	Gasto por beneficiario: No es comparable Ejecución inicial: Ejecución dentro de rango Ejecución final: Ejecución dentro de rango Gasto administrativo: Sobre el umbral respecto al promedio de la categoría de programas e iniciativas similares
Focalización	Cumple con criterios de focalización: Sí
Eficacia	Pertinencia del Indicador: El indicador permite medir el propósito/objetivo del programa/iniciativa. Calidad del Indicador:El indicador presenta deficiencias metodológicas. Resultado (respecto de 2018): No es posible evaluar

³ Indicador agregado para el año 2019.