

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2007 DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

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

Ley orgánica o Decreto que la rige

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.

Misión Institucional

Ejecutar y coordinar la política de Gobierno en materia de Relaciones Económicas Internacionales, para promover una adecuada inserción de Chile en el mundo, mediante la negociación y administración de acuerdos económicos internacionales y la promoción de exportaciones de bienes y servicios nacionales.

Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Negociar y promover la profundización de 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. Con el fin de asegurar una adecuada inserción de Chile en los mercados más significativos para el país.
2	Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y de acceso a mercados derivados de los Acuerdos suscritos, con el fin de cumplir adecuadamente las obligaciones contraídas en el marco de cada TLC. Difundiendo las oportunidades comerciales que surgen, para el sector privado.
3	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, de esta manera se busca contribuir a que dichas empresas aumenten, consoliden o diversifiquen sus exportaciones.
4	Proporcionar una atención de excelencia a nuestros clientes, mejorando continuamente productos y/o servicios para satisfacer sus necesidades en materia de negociaciones internacionales y promoción de exportaciones, asegurando la asignación de recursos necesarios para este efecto.
5	Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en los Sectores relevantes para el País, manteniendo una imagen país sólida frente al resto de los actores relevantes del comercio mundial. Este proceso busca la ampliación, consolidación y profundización de la base exportadora nacional.

Productos Estratégicos (Bienes y/o Servicios)

Número	Nombre	Objetivos Estratégicos a los cuáles se vincula	Aplica Enfoque de Genero (Si/No)
1	<u>Información comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> • Información General • Atención Personalizada • Oportunidades de Negocios • Capacitación y Difusión de Oportunidades Comerciales 	2,4	No
2	<u>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</u> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a estrategias empresariales • Apoyo a estrategias asociativas • Apoyo a estrategias de posicionamiento económico comercial del país 	3,4,5	Si
3	<u>Apoyo en los mercados de destino</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gestiones en mercados para facilitación de negocios • Contactos y agendas • Inteligencia de mercado 	3,4,5	No
4	<u>Acciones de promoción comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> • Participación en ferias internacionales • Misiones comerciales • Prospecciones de mercado • Acciones de posicionamiento de productos 	3,4,5	No
5	<u>Implementación, administración y negociación de acuerdos</u> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación y Administración de Acuerdos <ul style="list-style-type: none"> - Implementación y administración de compromisos institucionales y de acceso a mercados - Atención de problemas y defensa de intereses comerciales - Difusión de ventajas y oportunidades - Detección de oportunidades económicas • Profundización de Acuerdos y nuevas negociaciones <ul style="list-style-type: none"> - Rondas de negociaciones - Acuerdos 	1,2,4,5	No

Cientes/ Usuarios /Beneficiarios	
Número	Nombre
1	La sociedad Chilena en todo su conjunto
2	Empresas exportadores y empresas con potencial exportador
3	Empresas importadoras y con potencial exportador

Productos Estratégicos y Clientes/ Usuarios /Beneficiarios		
Número	Producto Estratégico	Clientes/ Usuarios /Beneficiarios
1	<u>Información comercial</u>	La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador
2	<u>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</u>	La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador
3	<u>Apoyo en los mercados de destino</u>	La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador
4	<u>Acciones de promoción comercial</u>	La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador
5	<u>Implementación, administración y negociación de acuerdos</u>	La sociedad Chilena en todo su conjunto Empresas exportadores y empresas con potencial exportador Empresas importadoras y con potencial exportador

Productos Estratégicos y Programas Evaluados				
Número	Producto Estratégico	Programa Evaluado	Línea de Evaluación (EPG/EI)	Año de Evaluación
1	Apoyo a estrategias de comercialización internacional	Fondo de Promoción de Exportaciones	Evaluación de Impacto-Modulo	2002
2	Información comercial	PYME Exporta	Evaluación de Programas Gubernamentales	2006

