

INDICADORES DE DESEMPEÑO
VERSIÓN PROYECTO DE LEY DE PRESUPUESTO AÑO 2013

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

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo a Junio 2012	Meta 2013	Medios de Verificación	Supuestos	Notas
<ul style="list-style-type: none"> •Capacitación y asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras •Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados 	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>1 Porcentaje de nuevos pares productos-mercados de destino, exportados por los clientes institucionales, sobre el total de pares productos-mercados exportados por los clientes institucionales en el periodo t</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	(número de nuevos producto - país exportados año t por clientes año t-1/número total de producto - país exportados año t por clientes año t-1)*100	30 % (6042/20022)*100	29 % (6439/22250)*100	29 % (6056/20561)*100	22 % (3466/15871)*100	31 % (6712/21914)*100	<p>Formularios/Fichas</p> <p>Reporte en base a sistemas de información DIRECON</p>	1	1
<ul style="list-style-type: none"> •Información comercial (Generación y Difusión) •Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados 	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>2 Porcentaje de participación de clientes exportadores ProChile año t sobre el total de exportadores nacionales año t</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	(N° Clientes ProChile que exportan en el año t/N° exportadores nacionales en el año t)*100	N.M.	39 % (2790/7168)*100	40 % (2946/7383)*100	39 % (2279/5818)*100	48 % (2080/4314)*100	<p>Reportes/Informes</p> <p>Reporte en base a sistemas de información DIRECON</p>	2	2

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo a Junio 2012	Meta 2013	Medios de Verificación	Su-pues-tos	No-tas
•Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	<u>Calidad/Producto</u> 3 Porcentaje de clientes de ProChile satisfechos en el año t respecto del total de clientes de ProChile encuestados en el año t Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	(N° de clientes encuestados en el año t que se manifiestan satisfechos con el servicio recibido por ProChile en el año t/N° total de clientes encuestados en el año t que reciben el servicio de ProChile en el año t)*100	S.I.	S.I.	N.M.	78 % (259/333)*100	80 % (280/350)*100	<u>Reportes/Informes</u> Informe de satisfacción preparado por entidad externa	3	3
•Acuerdos Económicos Internacionales	<u>Eficacia/Producto</u> 4 Porcentaje de productos con arancel 0 año t, con respecto al total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	(Número de productos con arancel 0 año t/Número total de productos negociados en los acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile)*100	N.M.	89.60 % (182591.00/203780.00)*100	90.81 % (192051.00/211495.00)*100	N.C.	93.80 % (223241.00/237996.00)*100	<u>Reportes/Informes</u> Reporte en base a sistemas de información DIRECON		4
•Acuerdos Económicos Internacionales	<u>Eficacia/Producto</u> 5 Porcentaje anual de exportaciones hacia los países con los que Chile tiene Acuerdos Comerciales vigentes año t sobre el total de exportaciones chilenas año t Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	(Monto de exportaciones a países con acuerdos económicos vigentes año t /Monto total de exportaciones de Chile año t)*100	N.M.	91.67 % (62732.00/68433.00)*100	92.81 % (68936.00/74276.00)*100	92.59 % (37571.00/40580.00)*100	94.11 % (75523.00/80250.00)*100	<u>Reportes/Informes</u> Reportes del Departamento de Estudios de DIRECON	4	5

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo a Junio 2012	Meta 2013	Medios de Verificación	Su-puestos	No-tas
•Acuerdos Económicos Internacionales	<u>Eficacia/Producto</u> 6 Porcentaje de participación del PIB de países con los que Chile tiene acuerdos económicos internacionales en el PIB mundial Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	(PIB en miles de millones de US\$ de países con los que Chile tiene acuerdos económicos internacionales año t/PIB mundial en miles de millones de US\$ año t)*100	86.10 % (86.10/0.00) *100	85.00 % (85.00/0.00) *100	85.74 % (59778.31/69722.61)*100	N.C.	85.66 % (64746.35/75585.06)*100	<u>Reportes/Informes</u> Informe del Depto. Estudios de DIRECON, en base a información del FMI, CEPAL y Banco Mundial	5	6

Notas:

1 La importancia de la medición de este indicador se relaciona directamente con el objetivo institucional planteado por ProChile en su programación 2013 a 2014, específicamente "Apoyar la diversificación de mercados para empresas exportadoras chilenas". ProChile entiende por Cliente a: toda persona jurídica y natural (con iniciación de actividades y afecta a impuesto de primera categoría), que estén exportando productos y/o servicios, o tengan la intención de exportar productos y/o servicios innovadores, y que hayan utilizado un servicio o instrumento de promoción de exportaciones, prestado por cualquier unidad de ProChile.

Este indicador da cuenta de la eficacia del trabajo institucional con clientes, en materia de diversificación de productos y/o mercados de destino de sus exportaciones, ya que muestra tanto la apertura de un nuevo mercado, como la exportación de un nuevo producto. Lo anterior a través de la medición de las nuevas combinaciones, "producto exportado-país de destino", que se generan al año siguiente de haber trabajado con dichos clientes, y que no existían anteriormente. Se considera un tiempo mínimo de un año, para que se materialice, en términos de exportaciones, el apoyo de promoción que recibe un cliente.

La base de cálculo para el indicador se encuentra en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías del Arancel Aduanero Nacional (Códigos SACH), el que fue modificado por Decreto de Hacienda N° 1148, publicado en el DO el 22 de diciembre de 2011, lo anterior afecta la estimación de numerador y denominador ya que nos encontramos en un periodo de transición desde el SACH 2011 al nuevo SACH 2012 donde se crean o eliminan códigos que dificulta el cálculo del número de nuevos productos - país exportados, dado que es necesario homologar los códigos 2012 al antiguo código arancelario 2011 y esto no es viable para todos los códigos lo que obliga a asumir supuestos.

La fuente de información es Reporte en base a sistemas de información DIRECON.

2 La importancia de la medición de este indicador se relaciona directamente con el objetivo institucional planteado por ProChile en su programación 2013 a 2014, específicamente "Buscar ampliar la cobertura de atención a las empresas exportadoras que no son clientes de ProChile".

En este contexto ProChile entiende por Cliente a: toda persona jurídica y natural (con iniciación de actividades y afecta a impuesto de primera categoría), que estén exportando productos y/o servicios, o tengan la intención de exportar productos y/o servicios innovadores, y que hayan utilizado un servicio o instrumento de promoción de exportaciones, prestado por cualquier unidad de ProChile.

El cálculo de este indicador considera a los exportadores que registren exportaciones sobre 60.000 dólares en el año t.

La fuente de información es Reporte en base a sistemas de información DIRECON.

3 ProChile entiende por Cliente a: toda persona jurídica y natural (con iniciación de actividades y afecta a impuesto de primera categoría), que estén exportando productos y/o servicios, o tengan la intención de exportar productos y/o servicios innovadores, y que hayan utilizado un servicio o instrumento de promoción de exportaciones, prestado por cualquier unidad de ProChile.

El 41% de los clientes utiliza un solo instrumento, lo que representa una mejora en el número promedio de instrumentos utilizados por clientes, lo que sumado a las acciones de la institución por mejorar los servicios influye positivamente en la satisfacción.

Los clientes institucionales a encuestar utilizaron un instrumento en el período de medición.

METODOLOGIA: Se utilizarán técnicas de análisis multivariado (Análisis Factorial y Análisis de Cluster), también se utilizarán estadísticos del tipo media y desviación estándar. Se implementará la técnica Best-Worst que permite generar ranking de preferencias insesgado en los encuestados.

El método de levantamiento de información será a través de encuestas telefónicas. La estructura de la encuesta estará conformada por preguntas descriptivas, preguntas tipo Likert, preguntas abiertas y preguntas de selección tipo ranking, Best-Worst. El instrumento (encuesta final) será definido, modificado, depurado y validado en conjunto al equipo de ProChile. En función de la

población de clientes entregada por ProChile, y utilizando la técnica de muestreo aleatorio simple con máxima varianza, se definirá una muestra para los clientes que corresponderá a un error muestral del 5%; lo que equivaldrá a encuestar a un total de 360 empresas clientes.

Se medirá el nivel de satisfacción e idoneidad de los siguientes instrumentos de apoyo: Sabores de Chile, Muestra y Cata, Ferias, Ruedas de Negocios, Invitación a importadores, Agendas de negocio, Concurso silvoagropecuario (Asociaciones de productores), Concurso silvoagropecuario (Empresarial), Coaching, Marcas Sectoriales.

Se medirá el nivel de satisfacción para las siguientes categorías de oficinas de ProChile: Oficinas Comerciales (desagregadas por América del Norte, América Central y Sudamérica, Europa y Asia), Oficinas Regionales, Departamentos Sectoriales, Atención y Apoyo al exportador (lo que se evalúa es el servicio telefónico de Asistencia al Exportador).

Se medirá la percepción que existe respecto a la imagen de ProChile y se definirán: Fortalezas de ProChile, Debilidades de ProChile.

Se medirán el medio por el cual los encuestados conocen a ProChile.

VARIABLES DE SEGMENTACION: Los resultados del estudio serán segmentados de acuerdo a al siguiente criterio: Zona administrativa en Chile según región de domicilio del RUT de Cliente (Norte, Centro, Sur y Austral).

ATRIBUTOS: Los atributos/ámbitos evaluados, a través de una encuesta a los clientes de ProChile corresponden a los que se explican a continuación, sin perjuicio de que se puedan agregar otros: 1. Idoneidad del instrumento. La idoneidad del instrumento hace referencia a la capacidad y efectividad del instrumento para generar oportunidades de negocio, concretar nuevos negocios, y de este modo promover y/o fortalecer el proceso exportador de las empresas. 2. Satisfacción respecto del equipo de apoyo. Dicha satisfacción hace referencia a la capacidad del equipo técnico de ProChile respecto a conocer el negocio y entender las necesidades de apoyo de las empresas en su proceso de internacionalización. 3. Satisfacción respecto de la ejecución del Instrumento. La ejecución del instrumento hace referencia a la capacidad de organización e implementación del instrumento de apoyo así como a la calidad de los servicios, herramientas o materiales utilizados durante la ejecución del mismo. 4. Satisfacción respecto de los contactos comerciales extranjeros. Finalmente, respecto de los contactos extranjeros o potenciales importadores, se busca ver la satisfacción respecto a si estos son elegidos correctamente de acuerdo a los requerimientos y necesidades de las empresas clientes de ProChile.

La fuente de información es Informe de satisfacción preparado por entidad externa.

4 Arancel 0 corresponde a la rebaja de impuesto de internación de los productos chilenos en los mercados de los países con los que se ha negociado tratados de libre comercio o similar.

Por lo tanto, el indicador mide el total de productos chilenos que ingresan con rebaja total de impuestos de internación, en los mercados de los países con los que ha negociado tratados de libre comercio o similar.

Se entenderá como producto: ítem arancelario del sistema armonizado del país socio.

Se entenderá por Tratados de Libre Comercio o similares suscritos por Chile, aquellos que ya están en vigencia. La puesta en vigencia luego de concluida la negociación, depende de otras instituciones públicas chilenas y además de los procesos internos de la contraparte.

La frecuencia de medición del indicador es anual por lo que no se tiene información a junio de 2012.

La fuente de información es Reporte en base a sistemas de información DIRECON.

5 Considera el total de acuerdos económicos internacionales suscritos por Chile y vigentes al 2012 con 59 países: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, México, Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay), Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Bolivia), Canadá, EE.UU., UE.(Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Malta, Portugal, R.Eslovaca, Rumania, Dinamarca, Estonia, Hungría, Inglaterra, Letonia, Lituania, Polonia, R. Checa, Suecia), EFTA (Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza), R.P. China, Corea, P-4 (Brunei, N. Zelandia, Singapur), India, Japón, Panamá, Cuba, Honduras, Australia, Guatemala, Turquía y Malasia. En la medida en que entren en vigencia nuevos acuerdos económicos internacionales, éstos serán considerados en el cálculo del indicador.

Las exportaciones se miden en dólares de Estados Unidos corrientes, en valor FOB, que significa que no incluye seguros ni fletes.

La fuente de información es Reportes del Departamento de Estudios de DIRECON.

6 El resultado del indicador para los años 2008 a 2011 es el siguiente: 2008: 83,32% (acuerdos con 55 países), 2009: 85,96% (acuerdos con 56 países), 2010: 84,90% (acuerdos con 57 países), 2011: 85,74% (acuerdos con 58 países), 2012 estimado 84,98% (acuerdos con 59 países).

Para este indicador se ha tomado como base el estimado año 2012, que incluye a 59 países con los que Chile tiene acuerdos vigentes y que en total participan en un 84,98% del PIB mundial.

El indicador mide el incremento de esta participación, dada por la sumatoria del PIB sólo de aquellos nuevos países con los cuales Chile suscriba acuerdos y entren en vigencia internacional durante el año 2012.

Valores definitivos del PIB se obtienen en abril del año siguiente.

En el cumplimiento de la meta se consideran sólo aquellos acuerdos que entren en vigencia internacional durante el año. Lo anterior, en atención a que después de concluidas las negociaciones y firmado un acuerdo, los trámites y plazos para su entrada en vigencia nacional depende de otros organismos públicos y, la puesta en vigencia internacional se debe coordinar con el país contraparte.

La fuente de información es Informe del Depto. Estudios de DIRECON, en base a información del FMI, CEPAL y Banco Mundial.

Supuesto Meta:

- 1 Se mantienen las condiciones climáticas, no se presentan desastres naturales, se mantienen las condiciones en el n° de competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos. Entrega oportuna por parte de Aduanas del RUT de personas naturales exportadoras, posibilitando la identificación de clientes y exportadores. Se mantiene sin modificación el Arancel Aduanero Nacional basado en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
- 2 Se mantienen las condiciones climáticas, no se presentan desastres naturales, se mantienen las condiciones en el n° de competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos. Entrega por parte de Aduanas del RUT de personas naturales exportadoras, posibilitando la identificación de clientes y exportadores.
- 3 Se cumplen todas las condiciones del contrato suscrito entre Direcon y la empresa responsable del Estudio.
- 4 Se mantienen las condiciones climáticas, no se presentan desastres naturales, se mantiene las condiciones en el n° de competidores en mercados externos, barreras para-arancelarias, tipo de cambio y condiciones macroeconómicas y/o políticas de los mercados externos.
- 5 Se mantienen estables las condiciones económicas de los países con los cuales Chile tiene acuerdos económicos suscritos y vigentes y no se producen crisis internacionales.