



# Balance de Gestión Integral

AÑO 2022

Ministerio de Relaciones  
Exteriores

**Dirección General de  
Promoción de Exportaciones**



# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

## **Ministerio de Relaciones Exteriores**

---

El Ministerio de Relaciones Exteriores, tal como lo señala su misión institucional, tiene como objetivo colaborar con el Presidente de la República en el diseño, planificación, prospección, conducción, coordinación, ejecución, control e información de la política exterior que éste formule, proponiendo y evaluando las políticas y planes orientadas a fortalecer la presencia internacional del país, y velando por los intereses de Chile, con el propósito de elevar la calidad del desarrollo, seguridad y bienestar nacional.

En el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2022, se realizaron importantes avances, que se enmarcaron en cuatro ejes que definen los énfasis para la política exterior del gobierno.

El primero de ellos es la promoción del multilateralismo, a través del cual Chile reafirma su vocación multilateralista y la cooperación internacional. Un segundo eje es la promoción y defensa de los derechos humanos, como un sello distintivo de la presencia de Chile en el mundo, actuando de forma activa y comprometida en las instancias de derechos humanos del Sistema de Naciones Unidas y del Sistema Interamericano. El tercero es la Política Exterior Feminista, que tiene como objetivo institucionalizar y transversalizar la igualdad de género en las distintas dimensiones del trabajo ministerial. Y finalmente, el cuarto eje dice relación con la Política Exterior Turquesa, compuesta por la mitigación de la crisis climática y ecológica global (componente verde) y las agendas de protección y administración del océano (componente azul), en respuesta a la llamada “triple crisis” climática, de pérdida de biodiversidad y de contaminación global, que está en la primera línea de la narrativa actual.

Teniendo como marco estos énfasis, durante el año 2022, se han llevado a cabo acciones e hitos que quisiera destacar, en cada uno de los ámbitos de Cancillería.

El trabajo con la región y especialmente las relaciones con nuestros vecinos, es uno de los ámbitos prioritarios de acción de Cancillería, especialmente la promoción y articulación de una agenda que fortalezca y amplíe los espacios de cooperación, con miras a la integración regional sustentada en la búsqueda de estrategias comunes y la consolidación de espacios de concertación política, sobre la base de agendas prioritarias y desafíos compartidos entre ellos.

Quisiera destacar algunos hitos, como la visita Presidencial a Argentina, realizada en abril de 2022, donde el Presidente de la República, Gabriel Boric, sostuvo encuentros con el Presidente argentino, Alberto Fernández, y autoridades de su gobierno, dialogando sobre los principales desafíos en la profundización de las relaciones para lograr que América Latina avance de manera conjunta hacia un espacio de cooperación y diálogo frente al escenario global. Asimismo, con Perú, los días 28 y 29 de noviembre de 2022, se desarrolló el Gabinete Binacional, principal instancia de diálogo político y diplomático entre ambos países, cuyo objetivo es facilitar la coordinación y la toma de decisiones al más alto nivel en los principales asuntos de la agenda compartida.

Con Bolivia, quisiera relevar la reunión técnica para abordar asuntos consulares y migratorios, donde delegaciones de los Ministerios de Relaciones Exteriores de la República de Chile y del Estado Plurinacional de Bolivia, abordaron temas de interés común sobre asuntos consulares y migratorios.

En el ámbito del derecho internacional y la defensa de nuestros intereses, la Corte Internacional de Justicia dio a conocer su fallo sobre el estatus y el uso de las aguas del río Silala, resolviendo la demanda que el Estado de Chile presentó en 2016 contra el Estado Plurinacional de Bolivia. El fallo reconoció el carácter internacional del río, tal como siempre lo planteó Chile. En este punto, quiero resaltar que el trabajo de los equipos jurídicos ante la Corte de La Haya es una de las muestras más claras del carácter de Estado de la política exterior.

En materia multilateral es importante relevar la participación de nuestro país en el Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (ECOSOC) en representación de los Estados de América Latina y el Caribe. Primero, elegido para ocupar la Vicepresidencia del Consejo durante el periodo agosto 2022 - julio 2023, y luego

para presidirlo por un año a partir de julio de 2023. Nuestra presencia allí refleja el interés de Chile por promover el desarrollo inclusivo y su compromiso con la implementación plena de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Destaco también que Chile fue electo, como primera mayoría de nuestra región, como miembro del Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas para el período 2023-2025, en un cupo correspondiente al GRULAC. Nuestro compromiso en esta área se manifestó, como ejemplo destacado, en la crítica a las prácticas dictatoriales en Nicaragua, y la oferta de apoyo y protección a las personas que fueron privadas arbitrariamente de sus derechos civiles y políticos; así como también por nuestra preocupación por la situación de derechos humanos en Venezuela, Cuba e Irán.

En política exterior feminista, suscribimos memorándums de entendimiento sobre cooperación en igualdad de género con los gobiernos de Argentina, Canadá, España y Estados Unidos. Chile además participa activamente en los foros de Naciones Unidas que promueven la participación y empoderamiento de mujeres y niñas en todas las esferas de la sociedad.

La presencia internacional de Chile en materia de género debe ser coherente con su desarrollo en el ámbito institucional de Cancillería. Es así como aumentó durante este periodo el número de embajadoras, lo que permite contar hoy con 27 Jefas de Misión (30%), la cifra más alta en la historia de la diplomacia chilena. Asimismo, en mayo de 2022, la Subsecretaria de Relaciones Exteriores instruyó la utilización de la variable de género en las denominaciones de todo el personal de Cancillería y sus servicios dependientes. Lo anterior, en virtud de argumentos jurídicos como las disposiciones de la Constitución Política de la República y la Convención para la Eliminación de Toda Forma de Discriminación contra la Mujer (CEDAW).

En este mismo ámbito, y tras dos años de implementación, ProChile obtuvo en 2022 el Sello “Iguala Conciliación” del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, convirtiéndose así en el cuarto servicio público que logra esta aprobación, un ejemplo que motiva el trabajo para futuras certificaciones de los servicios de Cancillería.

En política exterior turquesa, destaca la adhesión de Chile al Acuerdo sobre Acceso a la Información, la Participación Pública y el Acceso a la Justicia en Asuntos Ambientales en América Latina y el Caribe (Acuerdo de Escazú), aprobado por el Congreso Nacional a fines de mayo de 2022.

También hay que resaltar la iniciativa presentada por el Presidente de la República, Gabriel Boric, en la IX Cumbre de las Américas, que crea la red "Américas por la Protección del Océano", una coordinación de áreas marinas protegidas ecológicamente, interconectadas desde Canadá hasta Chile. El proyecto contó con la firma de Canadá, Estados Unidos, México, Costa Rica, Panamá, Colombia, Ecuador y Perú, además del apoyo de organizaciones de la sociedad civil. En el ámbito regional, Chile ha impulsado el establecimiento de un Área Marina Protegida (AMP) en alta mar, en el área de las dorsales submarinas de Nazca, y Salas y Gómez.

Se destaca la participación de Chile en la COP27, en donde lideramos junto a Alemania, la negociación de pérdidas y daños, en donde, después de muchos años, se logró un acuerdo, que incluye la creación de un fondo de asistencia financiera a los países más vulnerables. También en la COP27 Chile impulsó el fortalecimiento del Diálogo Océano-Clima, que fue creado durante nuestra presidencia de la COP25.

En materia comercial, concluimos las negociaciones con la Unión Europea para la suscripción del Acuerdo Marco Avanzado, que actualiza y moderniza el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Chile, suscrito en 2002. Si bien constituye la parte más llamativa del acuerdo y permite a Chile reiterar su compromiso con políticas comerciales inclusivas y que garanticen que los beneficios del comercio y la inversión se distribuyan equitativamente, éste va mucho más allá de lo comercial. Se trata de una alianza estratégica que refleja nuestra convergencia de valores con la Unión Europea, en particular respecto de la promoción de la democracia, los derechos humanos y las libertades fundamentales, el Estado de Derecho y buena gobernanza, el desarrollo sostenible, la equidad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas.

Asimismo, en diciembre de 2022 se concretó el depósito del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico, el CPTPP, que reafirma el compromiso de Chile con la apertura comercial, y refuerza la importancia de la Cuenca del Pacífico

para Chile, el espacio geográfico que concentra buena parte de los intercambios comerciales y políticos de nuestro país.

Chile tiene una larga trayectoria histórica en Asia-Pacífico. Si bien los intercambios comerciales dieron el impulso inicial a nuestra vinculación con esta parte del mundo, fundados en gran medida en recursos naturales y alimentos, nos encontramos ahora en un momento en que las relaciones deben ser mucho más ricas y diversificadas. La participación del Presidente Gabriel Boric en la cumbre APEC en Bangkok demostró que los lazos con los países del Asia Pacífico se siguen fortaleciendo y que hay voluntad de incorporar otros temas en las agendas bilaterales, tales como la cultura, la protección del medio ambiente, el desarrollo sustentable, la protección de los mares y la inclusión, por mencionar algunos. Estos se complementan con la interacción en espacios de innovación tecnológica, transición energética y transformación digital.

En materia de cooperación para el desarrollo, durante el año 2022 se realizaron Comisiones Mixtas de Cooperación Técnica entre Chile y Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay. Asimismo, en agosto de 2022, se presentó en Santiago la segunda fase del programa de descontaminación atmosférica CALAC+, iniciativa busca impulsar políticas públicas que desarrollen el transporte público limpio. Y en octubre de 2022, se suscribió el Acuerdo del proyecto “Construcción de Sociedades Resilientes y Sostenibles frente a desastres en América Latina y El Caribe”, Kizuna 2 que contará con el aporte técnico de expertos japoneses en temas como: reducción de riesgo de desastre sísmico, reducción del riesgo de desastre por tsunami y reducción del riesgo de desastre hidrológico, entre otros.

En el ámbito de la política consular y migratoria, destaca el trabajo de Chile como Presidencia Pro Tempore de la Conferencia Suramericana sobre Migraciones, que concluyó en noviembre de 2022. Además, se llevaron a cabo distintas reuniones en instancias regionales multilaterales enfocadas en materias migratorias, para finalmente, en el marco de la VIII Reunión del Proceso de Quito, se aceptó a Chile como nueva Presidencia Pro Tempore para su versión 2022-2023.

También resalta como un logro relevante en este ámbito la permanencia de nuestro país en el Programa Visa Waiver, que ha facilitado la vinculación de nuestros ciudadanos con Estados Unidos y el intercambio en los más diversos ámbitos y que, además, demuestra la confianza que ese país le concede a nuestra institucionalidad. Chile es el único país de América Latina que integra el Programa

de Exención de Visa de Estados Unidos, lo que ha facilitado el intercambio cultural y demuestra la confianza en nuestras relaciones bilaterales.

En el ámbito de la formación diplomática, se renovó el plan de formación académica para el primer y segundo año. Esta modernización integró al programa de estudios los ejes de la política exterior chilena, materializadas en el plan de estudios, y transversalizadas en el desarrollo programático de todos los departamentos de la Academia Diplomática, a través de la realización de webinars, charlas y el desarrollo de policy papers.

Las acciones desarrolladas durante el año 2022 por esta Cancillería, dan cuenta de una Política Exterior de continuidad, pero también de cambio. Las condiciones cambian cada vez más aceleradamente, y a esta realidad tenemos que responder en coherencia con nuestros principios, y con la suficiente capacidad de adaptación que nos demanden los tiempos.

Finalmente, quisiera agradecer el compromiso y profesionalismo de cada uno de los funcionarios y funcionarias del Ministerio de Relaciones Exteriores, quienes, a través de su trabajo, tanto en Chile como en el exterior, permiten avanzar en la concreción de los objetivos y logros de nuestra política exterior.



**Albert van Klaveren Stork**  
Ministro de Relaciones Exteriores





## 2. Resumen Ejecutivo Servicio

### 1. Resumen Ejecutivo Servicio

ProChile, el servicio público encargado de la promoción de las exportaciones nacionales en el mundo cumplió 48 años el año 2022 trabajando para posicionar la imagen del Chile a nivel internacional, así como a sus empresas, productos y servicios.

La institución promueve la oferta exportable de bienes y servicios chilenos al mundo, gracias a su red nacional de 16 oficinas localizadas en cada una de las regiones del país, impulsando todos los sectores productivos del país. Complementa esta red, las más de 50 oficinas comerciales ubicadas estratégicamente en los mercados más importantes del mundo.

El Servicio está compuesto por una Dirección General, de la cual dependen las Direcciones Nacional, Asuntos Jurídicos, Administrativa; y, los Departamentos Dirección de Desarrollo Estratégico, Internacional, de Comunicación Estratégica, y de Marketing y Eventos.

El trabajo que la institución realiza, se ha fundado en base a claros focos estratégicos que han contemplado el aumento y diversificación de las exportaciones, la relación con regiones y sus Pymes; la innovación y el valor agregado; la sostenibilidad y el comercio inclusivo a través del trabajo con Empresas Lideradas por Mujeres y de Pueblos Originarios; el fortalecimiento de la imagen de Chile, la inversión y el turismo; siendo así el organismo público líder y de vanguardia que apoya a las empresas chilenas de todos los tamaños en su internacionalización.

A lo largo de estos 48 años, la composición de las exportaciones ha evolucionado sumando sectores y productos con valor agregado. Durante el 2022, según cifras del Servicio Nacional de Aduanas, las exportaciones chilenas ascendieron a US\$ 95.955 millones lo que significó un aumento del 8,6% respecto al 2021. En cuanto a las exportaciones (bienes y servicios) no cobre alcanzaron los US\$ 51.510 millones<sup>[1]</sup>, es decir; 32,7% más respecto a igual periodo que el año anterior, logrando los beneficiarios de ProChile exportaciones no cobre por US\$ 41.178 millones, lo que representó el 82% del total exportado por el país en 2022.

Asimismo, desde la creación de ProChile, el valor de las exportaciones no cobre de Chile se ha multiplicado 101,7 veces, lo que da cuenta de un trabajo coordinado entre el sector público y privado, y el impacto que han tenido los acuerdos comerciales en las condiciones de acceso a los mercados mundiales, que le han entregado al país mejores posibilidades para ofrecer sus productos y servicios al mundo.

Hace 48 años, 50 empresas decidieron utilizar a ProChile como socio estratégico para sus exportaciones. Al 2022, fueron 5.925 las empresas de diversos tamaños y sectores las que confiaron en la gestión de ProChile para conquistar el mundo.

La evolución de las empresas beneficiarias de ProChile está directamente relacionada al desarrollo que han tenido los diferentes sectores exportadores del país. Así, por ejemplo, en 2010 teníamos 756 empresas beneficiarias del sector Agroalimentos; con el desarrollo y crecimiento del sector, ProChile fue aumentando su apoyo y en 2022 tuvo 2.931 empresas beneficiarias en este sector.

ProChile ha decidido poner en el centro de su gestión a las pequeñas y medianas empresas porque son el motor de la economía del país. En 2022 la institución trabajó con 1.197 empresas beneficiarias exportadoras de este tamaño, alcanzando una cobertura del 44%. Estas empresas exportaron US\$ 1.296 millones, un 70% del total enviado por las Pymes exportadoras del país.

En cuanto a los desafíos para el año 2023, el Servicio ha definido pilares de trabajo para cumplir con sus objetivos. Estos pilares están centrados en el trabajo con empresas exportadoras, principalmente Pymes, identificando aquellas empresas que exportan en forma intermitente o recién comienzan a exportar; y apoyarlas para que se transformen en exportadoras continuas. A su vez se trabajará con empresas que aún no han exportado, pero que reúnen las condiciones para internacionalizar su oferta. Dentro de estas empresas, se observa un número importante de empresas de manufacturas, servicios y economía creativa, cuyo destino natural de sus exportaciones es Latinoamérica, por lo que buscaremos aumentar el número de empresas y la participación del monto total exportado por nuestro país hacia ese destino.

Adicionalmente, y en alineación con la política de gobierno de expandir la base y matriz exportadora del país, buscaremos identificar empresas proveedoras de bienes y servicios de industrias exportadoras consolidadas. Estas empresas cuentan con altos estándares de calidad y servicio, lo que las sitúa en una posición ventajosa al momento de decidir exportar. Queremos que estas empresas también gocen de los beneficios de exportar, por lo que trabajaremos de la mano con asociaciones gremiales para identificar, captar y desarrollar un plan de acción con estas empresas.

Pero no solo buscamos que las empresas proveedores de bienes y servicios de sectores consolidados exporten, sino también aquellas empresas que entregan soluciones innovadoras, que las hacen competitivas, y que, aportarán a la sofisticación de la matriz exportadora, contribuyendo al posicionamiento de la imagen internacional de nuestro país.

Todo lo anterior conectado con los lineamientos transversales de Gobierno de Chile, como son: la perspectiva de género, trabajo con pueblos originarios y atributos de sostenibilidad en nuestra oferta exportable, con miras a ser un real aporte al crecimiento económico y al desarrollo exportador de Chile.

Ignacio  
Fernández R.

Director  
General

---

[1] Cifras excluyen cobre, mercancías especiales y región 20.

## 3. Resultados de la Gestión año 2022

### 3.1. Resultados asociados al Programa de Gobierno, mensajes presidenciales y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio

---

#### 1. Resultados de la Gestión año 2022

#### 3.1. Resultados asociados al Programa de Gobierno, mensaje presidencial y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio

Los escenarios políticos, económicos y sociales a nivel mundial están cambiando permanentemente y la adaptabilidad es la gran capacidad que debe tener cualquier servicio público para enfrentarlas. Pueden ser políticas proteccionistas, el alza o baja de la inversión extranjera, el riesgo país, los precios de los commodities o los obstáculos internos y/o externos, solo por mencionar algunos; en este contexto el desafío es adaptarnos y aprovechar las oportunidades que se generan para que el sector exportador, pueda llevar sus productos o servicios a cualquier lugar del mundo.

En base a lo anterior, ProChile ha estado avanzando en la modernización de su gestión y los servicios brindados; potenciando el comercio sostenible e inclusivo; apoyando a los sectores que aportan valor agregado y son reflejo del talento humano; y acercando las oportunidades de mercado a las empresas nacionales.

Los beneficiarios están en el centro de la estrategia institucional, con el fin de que más empresas, especialmente pymes, se sumen al proceso exportador y también aumenten el volumen y monto de sus exportaciones, todo esto, con el objetivo de aportar a la generación de empleo y a la economía nacional.

## **Resultados Institucionales**

ProChile apoyó a 2.668 empresas exportadoras, lo que representa un aumento del 5% respecto a las empresas apoyadas el año anterior. Este número indica que ProChile trabaja con el 41% del total de las empresas exportadoras del país, evidenciando la oportunidad que tiene la Institución para seguir entregando acompañamiento a más empresas.

Las 2.668 empresas exportadoras beneficiarias realizaron envíos por US\$ 41.178 millones, el 82% del total exportado por el país en 2022. Además, estas empresas generaron 513.421 empleos.

De estas empresas, 1.197 son pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymex), que corresponden al 44% del total de Pymes exportadoras del país. Estas empresas exportaron US\$ 1.296 millones y generaron 28.507 empleos.

Del total de empresas beneficiarias en 2022, el 67% se ha mantenido exportando por más de 3 años consecutivos, así también, el 64% de los beneficiarios aumentaron sus exportaciones respecto al 2021.

En términos generales, las empresas que apoya ProChile tienen un mejor desempeño exportador. Las empresas beneficiarias exportan a 6 mercados promedio versus los 2 mercados a los que llegan las no beneficiarias, además, estas empresas exportan en promedio 5 productos, versus 4 las no beneficiarias.

Estos buenos resultados requieren del apoyo y coordinación de toda la Institución, es por esto que, durante el 2022, al igual que en años anteriores, se midieron diferentes indicadores a nivel: Institucional, Macrosectorial, Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales, con el fin de poder evaluar los procesos, acciones y estrategias implementadas en apoyo a las empresas de nuestro país.

Complementando lo anterior, para el año 2022 se amplió la medición de resultados a las unidades transversales de la Institución: Sostenibilidad, Innovación, Empresas Lideradas por Mujeres, Pueblos Originarios, e-Commerce y Cadenas Globales de Valor, permitiendo medir los resultados y contribución a la gestión de ProChile.

¿Cuál es la caracterización de las empresas exportadoras beneficiarias 2022?

- El 61% de los beneficiarios exportadores pertenecen al macrosector de Agroalimentos, con el 50% de los montos exportados por nuestros beneficiarios. Dentro de los otros macrosectores existe la siguiente distribución en cuanto a beneficiarios exportadores: 20% de beneficiarios en Industrias 4.0 con el 49% de montos exportados a nivel nacional, 13% de beneficiarios en Servicios con alrededor de 1% de los montos exportados a nivel nacional, para finalizar con un 5% de beneficiarios en Economía Creativa con menos del 1% en montos exportados a nivel nacional.
- Del total de beneficiarios exportadores, el 45% son empresas Pymex y el 40% son grandes. El 15% restante representa a empresas micro o sin información de su tamaño.
- Los principales destinos de exportación de las empresas beneficiarias fueron China, Estados Unidos, Japón, representando en conjunto el 58% de los montos exportados (US\$23.725 millones).
- Las regiones con mayor cantidad de beneficiarios exportadores son las Regiones Metropolitana, Valparaíso y Maule las que concentran el 63%, mientras que los mayores montos exportados se encuentran en las Regiones Metropolitana, Antofagasta y Los Lagos, con el 60%.

### **Resultados Focos Estratégicos**

- Región y Pymes: Durante el 2022 se trabajó en la articulación de un Plan de Internacionalización por región, que nos permitió colaborar con los Gobiernos Regionales para transformar a ProChile en un actor relevante en el ecosistema regional. Cada una de las regiones cuenta con oferta con valor agregado e innovadora que es necesario segmentar para identificar las herramientas apropiadas para su internacionalización. Este plan incluye no sólo visualizar la oferta de valor regional, sino también las posibles áreas en las que se requiera invertir para potenciar

las exportaciones regionales, por lo que el trabajo con entes públicos y privados cobra gran relevancia.

- **Aumento y Diversificación de las exportaciones:** En un trabajo constante, durante el 2022 se buscó mejorar las herramientas tradicionales, identificando nuevos compradores para nuestra oferta exportable, perfeccionando el match entre oferta y demanda, generando más y mejores resultados a las empresas exportadoras y diversificando sus mercados. También fue necesario realizar una mejor segmentación de las empresas para ofrecer servicios más específicos y a la medida de nuestros beneficiarios, así como para fortalecer el trabajo realizado en e-Commerce a fin de que más empresas puedan participar del comercio internacional.
- **Innovación y Valor Agregado:** ProChile durante el último tiempo ha querido potenciar y apoyar a nuevos sectores exportadores vinculados fundamentalmente a Servicios, Industria 4.0 (proveedores) y Economía Creativa, así como, Alimentos con valor agregado, aportando a la diversificación de la oferta exportadora chilena y vinculándose directamente con la innovación y exportación de conocimiento.
- **ProChile Digital:** La incorporación de la Transformación Digital como pilar estratégico en ProChile durante estos últimos 4 años, ha permitido a la Institución destacarse, tanto a nivel gubernamental y privado, como una Institución vanguardista que busca modernizarse y avanzar hacia nuevos desafíos. La incorporación de diferentes herramientas TI, que permiten entregar información comercial de calidad y un mejor servicio de cara a la ciudadanía, como por ejemplo: Datacom, Fichas Estratégicas, Centro de Ayuda, Centro Digital del Conocimiento, Sitio Web de ProChile, Aula Virtual, One Click Import, Cero Papel y CRM 365.
- **Sostenibilidad, Género y Pueblos Originarios:** En sostenibilidad se trabajó en la implementación de las distintas iniciativas de la Política de Sostenibilidad, convenio de incorporación al Programa Estado Verde del Ministerio del Medio Ambiente, potenció el trabajo en la internacionalización de la Estrategia Nacional de Hidrogeno Verde y se realizó la primera misión de 7 empresas sostenibles con base tecnológica en la COP27 en Egipto, con el fin de posicionar a nuestro país y sus soluciones para el cambio climático en la cumbre más importante sobre sostenibilidad.



En materia de Género en 2022 se continuó trabajando por el empoderamiento y autonomía económica femenina, desarrollo económico y su permanencia en el ámbito exportador, a través del Programa Mujer Exporta.

Finalmente, el trabajo de Pueblos Originarios fue la segmentación y caracterización de empresas, iniciativas de apoyo a la digitalización con el desarrollo de herramientas digitales, vinculación con organismos nacionales e internacionales, y acciones comunicacionales para apoyar la visibilidad de las empresas indígenas.

- Imagen de Chile, Inversión y Turismo: ProChile trabajó en apoyar y contribuir al posicionamiento de la imagen de Chile a nivel internacional. Para esto se contó con una serie de herramientas y programas que permiten comunicar el relato y los atributos de Chile a distintos públicos objetivos, como por ejemplo a través de la presencia en las 66 ferias internacionales en las que ProChile participó, el apoyo a las 17 marcas sectoriales activas con sus campañas de posicionamiento internacional alcanzando a 20 mercados, o la ejecución de la campaña #UnboxingChile que logró un alcance de más de 220 millones personas a nivel mundial.

En cuanto a Inversión gracias a nuestra amplia red internacional, apoyamos también la difusión de las oportunidades para invertir en Chile, por medio de tres diferentes líneas de trabajo (Inversión, Cadenas Globales de Valor e Hidrogeno Verde).

Y por último para Turismo, ProChile continuó en 2022 una activa participación en la promoción del sector turismo, su reactivación y el apoyo a la internacionalización de empresas turísticas y Tour Operadores del país en regiones foco. Ello con el objetivo adicional de aumentar la llegada de turistas extranjeros, el gasto turístico en Chile y reducir la estacionalidad. En este sentido, se priorizó el trabajo con las regiones de Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Aysén y Magallanes.

## Resultados Compromisos Presidenciales

---

Durante el 2022 se implementaron dos compromisos presidenciales, (1) nuevo modelo de desarrollo que supere nuestro estancamiento productivo y enfrente la crisis climática y (2) un nuevo estado democrático y moderno:

En este contexto, durante el periodo, respecto del compromiso un nuevo modelo de desarrollo que supere nuestro estancamiento productivo y enfrente la crisis climática, se implementó la iniciativa Integración económico-comercial latinoamericana para facilitar la formación de cadenas regionales de valor, las que se tradujeron en las siguientes medidas:

1.- Incentivar la realización de acuerdos estratégicos entre empresas de la región y los encadenamientos productivos, mediante:

- **Promover los encadenamientos productivos con países latinoamericanos haciendo foco en Centroamérica, posibilitando las cadenas de suministros bidireccionalmente entre Chile-Honduras y Chile-El Salvador:** durante el mes de noviembre se realizó el 1er Encuentro Empresarial de CGV, en la ciudad de Quito, Ecuador. En la misión comercial participaron de 5 MiPymes chilenas, con capacidad limitada de producción por la limitante de insumos no disponibles en Chile. En dicho evento, se sostuvieron más de 45 reuniones de negocios y visitas a instalaciones de empresas. Contó con participación del embajador de Chile en Ecuador y el viceministro de comercio ecuatoriano.

2.- Impulsar la inserción de Pymes en cadenas globales de valor y cadenas regionales de valor, en especial aquellas que producen manufacturas y las lideradas por mujeres, de tal forma de contribuir al aumento del empleo y a la disminución de la brecha de género en Chile, mediante:

- **Realizar seminario y encuentros de negocios gremiales en Argentina:** Durante el periodo se realizaron dos encuentros, el primero en Buenos Aires. Este evento convocó a las principales Cámaras, Asociaciones y Gremios empresariales de Argentina y tuvo como propósito posicionar a Chile como destino de inversiones, encadenamientos productivos y alianzas estratégicas entre empresas de triple impacto argentinas y chilenas. El segundo evento se realizó en Córdoba con la realización de un

seminario y networking. La asistencia fue de más de 100 personas y contó con exposiciones y casos de éxito.

- **Implementar Mesas sectoriales de Industrias 4.0:** con el objeto de diseñar la planificación sectorial en conjunto con el sector privado correspondiente al año 2022 y dar seguimiento permanente a esta estrategia, se conformaron durante el periodo, con activa participación de asociaciones gremiales y stakeholders de cada sector, las mesas de: Salud, metalmecánica, minería y envase embalajes.
- **Realizar estudio de caracterización de oferta sector servicios logísticos:** durante los meses de febrero y junio del 2022, se trabajó en la elaboración del primer Estudio de Caracterización de Servicios y Soluciones para la Logística. El objetivo fue caracterizar la oferta exportable de servicios asociados a la logística nacional. En él se presentaron los antecedentes, estado del arte, análisis de las entrevistas a actores claves y de la encuesta de caracterización, como así también, los principales insights, tendencias, desafíos y recomendaciones para el desarrollo del sector. Esto se realizó a través de la triangulación de distintas metodologías: desk research, entrevistas a actores claves del sector y una encuesta web y telefónica aplicada a managers de más de 90 empresas. Finalmente, se realizó el Lanzamiento del Estudio el día jueves 1 de septiembre, instancia en la cual participaron más de 65 empresas del sector y distintos gremios. El estudio se encuentra disponible en: <https://cdc.prochile.cl/documento/estudio-de-caracterizacion-de-la-oferta-exportable-de-servicios-logisticos-chilenos/>

Respecto del compromiso un nuevo estado democrático y moderno, se implementó la Política Exterior Feminista, la que se tradujo en la siguiente medida:

1.- Implementar transformaciones estructurales incorporando el enfoque feminista en las diferentes dimensiones del trabajo consular, comercial y político de la Cancillería, mediante:

- **Desarrollar actividades dirigidas a empresas lideradas por mujeres, en el ámbito de la formación y capacitación, internacionalización y generación de redes, a través del Subdepartamento de Género y el Programa Mujer Exporta:** en concordancia a lo definido por el programa Mujer Exporta y sus

3 líneas de trabajo preestablecidas: formación, internacionalización y vinculación, teniendo como ejes transversales la colaboración y la sensibilidad de temas relacionados con la transversalización de género se realizaron exitosamente un total de 12 capacitaciones y talleres de formación entre las que destacan: capacitación en temas de sostenibilidad y marca Chile, coaching para empresarias del sector de minería y mentorías para el sector de alimentos y economías creativas, de manera de fortalecer sus competencias y mejorar la toma de decisiones en procesos de exportación, 5 actividades de internacionalización presenciales, virtuales e híbridas en los mercados de Dubái, Colombia, Guatemala, Canadá, Argentina, Francia y Ecuador y respecto a la generación de redes y vinculación, se realizaron acciones durante todo el año, entre las que encontramos: Activa empresarias, acciones de comunicación y visibilizarían de empresarias en medios, campañas digitales, Encuentros de Mujeres ASEA, Mujeres del Fin del Mundo y Distinción Mujer Exporta.

Durante el año, los beneficios llegaron a 295 empresas lideradas por mujeres, de las cuales 113 son exportadoras.

### 3.2 Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía

---

1. Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía

**Generación y Difusión de Información de Comercio Exterior**

Los servicios transversales que entrega ProChile a los exportadores y potenciales exportadores, asociados al producto Generación y Difusión de Información de Comercio Exterior, están enfocados a acciones de monitoreo, selección, organización y procesamiento del conocimiento de los mercados internacionales; análisis, desarrollo y difusión de estadísticas, tendencias, oportunidades y alertas de mercados , incluyendo información sobre acceso a mercados internacionales y barreras arancelarias y paraarancelarias (certificaciones, normativas y reglamentos), para las empresas, especialmente pymes, con el objeto de facilitarles el acceso y/o permanencia a las economías internacionales.

| Estudios Elaborados por las Oficinas Comerciales el 2022 |             |               |                            |       |
|----------------------------------------------------------|-------------|---------------|----------------------------|-------|
| Zona Geográfica                                          | Sectoriales | Transversales | Claves para hacer negocios | Total |

|                                |           |           |           |            |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| América                        | 31        | 10        | 17        | 58         |
| Asia y Oceanía                 | 32        | 7         | 10        | 49         |
| Europa, África Y Medio Oriente | 16        | 11        | 11        | 38         |
| <b>Total</b>                   | <b>79</b> | <b>28</b> | <b>38</b> | <b>145</b> |

### **Capacitación y Asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras**

Este producto estratégico considera la facilitación, y aceleración, del proceso de exportación y de internacionalización al trabajar el área de Capacitación y el área de Convenios, las cuales, en su conjunto, desarrollan y potencian capacidades de gestión internacional a través de la entrega de contenidos y el contacto con expertos y facilitadores del comercio internacional, proyectando un proceso sostenible en el largo plazo.

En materia de Capacitación se trabajaron dos programas de desarrollo de capacidades de exportación y de internacionalización: Programa Capacitación Empresas, que obedece al proceso de planificación institucional que aborda las necesidades de las unidades internas en el trabajo con las empresas, y también las brechas detectadas en el mismo programa en base a la participación de las empresas. Contenidos: fijación precio de exportación, proceso exportación de servicios, logística, entre otros, y que contaron con una participación de 467 personas.

Así también, el Programa de Formación en Gestión Comercio Internacional, Aula Virtual ProChile, por segundo año, desarrollando 10 cursos en modalidad asincrónico y

sincrónicos, con foco en personas que trabajan en empresas exportadoras y en empresas que intervienen en el proceso exportador, y personas naturales con interés en integrarse al ecosistema comercio exterior. Entre los cursos dictados se mencionan: Estrategias de internacionalización, Logística Internacional, e-Commerce para la internacionalización. El número de participantes fue de 281 alumnos.

También se desarrolló material de apoyo audiovisual: 5 videos tutoriales, 2 videos promocionales, 8 Videos de Oportunidades de Mercado, 8 videos de Claves para hacer Negocios, 20 Infografías, 2 Manuales de Exportar paso a paso (Bienes y Servicios) pasando a formar parte de Centro Digital del Conocimiento (CDC), considerado la biblioteca digital de Capacitación y Formación de ProChile.

En materia de gestión de convenios, se trabajó en la necesidad de generar una red de contactos con facilitadores del comercio internacional en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, focalizando el trabajo en:

Los convenios de beneficio directo para las empresas beneficiarias de ProChile, con acceso por ventanilla. Las materias de estos convenios se concentraron en procesos logísticos, financieros, asesorías en gestión y capacitación. El número de convenios activos fue de 29, principalmente en las áreas de servicios logísticos, servicios financieros y plataformas comerciales para e-Commerce.

El trabajo con Convenios consideró una revisión de los convenios firmados, priorizando aquellos de mayor impacto por número de beneficiarios, y aquellos que siendo específicos y pese a fechas de prescripción se hacen necesario de mantener por el apoyo a la gestión institucional con las empresas beneficiarias. Se consideró la difusión de cada convenio vía mailing, y actualización de la web institucional.

### **Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados**

ProChile cuenta con variadas herramientas de promoción, pudiendo ofrecer los productos y/o servicios en más de 60 mercados. Participando en diferentes acciones de promoción como ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocios y más actividades, especialmente diseñadas para lograr consolidar las exportaciones y diversificar los mercados de destino. Bajo este producto se desarrollan acciones de

promoción destinadas a apoyar el proceso de internacionalización de las empresas chilenas.

A continuación se detallan los resultados institucionales para las diferentes acciones de promoción, según foco estratégico:

**1. Aumento y Diversificación de las Exportaciones**

Fondos Concursables

Concursos Economía Creativa, Servicios, Manufactura y Silvoagropecuario

Los concursos durante el 2022 estuvieron dirigidos a toda empresa chilena, ya sea persona natural con iniciación de actividades o persona jurídica, que participa directamente en el desarrollo y comercialización de productos. Pone especial énfasis en pequeñas y medianas empresas exportadoras, que tengan capacidad de gestión y compromiso en el desafío de internacionalización relacionado con la diversificación de mercados, que incorporen la sostenibilidad en su gestión y cuenten con iniciativas escalables y con valor agregado en innovación en el modelo de su negocio o producto.

Concursos Sectoriales: apoyan la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2022, el resultado fue de acuerdo al siguiente detalle:

| SECTOR            | GREMIOS BENEFICIADOS | INVERSIÓN PÚBLICA |
|-------------------|----------------------|-------------------|
| Silvoagropecuario | 15                   | 1.521.848.000     |



|                   |    |                   |
|-------------------|----|-------------------|
| Economía Creativa | 7  | 108.875.00<br>0   |
| Servicios         | 8  | 110.450.00<br>0   |
| Total             | 30 | 1.741.173.0<br>00 |

Concursos Empresariales: apoyan estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización. Durante 2022, el resultado fue de acuerdo al siguiente detalle:

| SECTOR                       | EMPRESAS<br>BENEFICIADAS | INVERSIÓN<br>PÚBLICA |
|------------------------------|--------------------------|----------------------|
| Silvoagropecuario            | 56                       | 539.957.186          |
| Economía Creativa            | 21                       | 192.396.973          |
| Servicios                    | 20                       | 165.130.800          |
| Industrias de<br>Manufactura | 19                       | 134.424.343          |
| Total                        | 116                      | 1.031.909.30<br>2    |

La distribución geográfica de los fondos concursables empresariales adjudicados para ejecución en año 2022 se detalla a continuación:

| REGION             | ECONOMIA CREATIVAS | SERVICIOS          | INDUSTRIAS MANUFACTURA | SILVOAGROPECUARIO  | TOTAL REGIONAL % |
|--------------------|--------------------|--------------------|------------------------|--------------------|------------------|
| Metropolitana      | 106.180.473        | 53.814.000         | 70.769.500             | 240.550.666        | 45,7%            |
| Valparaíso         | 50.524.500         | 55.364.300         | 7.326.000              | 20.690.000         | 13,0%            |
| Maule              | 9.900.000          | -                  | 10.200.000             | 58.875.000         | 7,7%             |
| Biobío             | -                  | -                  | 11.842.393             | 57.551.400         | 6,7%             |
| Coquimbo           | 6.519.500          | 28.552.500         | -                      | 22.900.000         | 5,6%             |
| Ñuble              | -                  | -                  | -                      | 45.195.000         | 4,4%             |
| O'Higgins          | -                  | -                  | 9.588.450              | 34.479.000         | 4,3%             |
| Arica y Parinacota | -                  | 21.550.000         | -                      | 14.300.000         | 3,5%             |
| La Araucanía       | -                  | -                  | 7.250.000              | 24.800.000         | 3,1%             |
| Los Ríos           | 3.510.000          | 5.850.000          | 9.600.000              | 11.266.120         | 2,9%             |
| Magallanes         | 6.500.000          | -                  | 4.338.000              | 9.350.000          | 2,0%             |
| Tarapacá           | 9.262.500          | -                  | -                      | -                  | 0,9%             |
| Antofagasta        | -                  | -                  | 3.510.000              | -                  | 0,3%             |
| <b>Total</b>       | <b>192.396.973</b> | <b>165.130.800</b> | <b>134.424.343</b>     | <b>539.957.186</b> | <b>100%</b>      |

## ProChile a Tu Medida

El año 2019 se implementó como programa Piloto, beneficiando a 25 empresas exportadoras. En el año 2020, en su segunda versión, benefició a 68 empresas, en dos convocatorias: una para empresas Pymex, con 58 empresas adjudicadas; y otra para Empresas Lideradas por Mujeres, con 10 cupos adjudicados. En mayo de 2022 se adjudicaron 60 empresas los cupos de la última convocatoria. Esta convocatoria tuvo foco en la Pyme exportadora, pero permitiendo la participación de microempresas y de empresas grandes (hasta 600 UF de ingresos anuales). En el segundo semestre del 2022 las empresas tuvieron sus mentorías y comenzaron a ejecutar sus Planes de Crecimiento Exportador.

Considerando que el programa permite ejecutar actividades en un lapso de hasta 24 meses, en 2022 hubo 105 empresas ejecutando actividades cofinanciadas: 3 de la Convocatoria Piloto, 44 de la convocatoria Pymex (año 2020), 10 de la convocatoria de Empresas Lideradas por Mujeres (año 2020) y 48 de la última convocatoria.

En términos de resultados, en 2022 aumentan un 38% los envíos de las convocatorias Pymex y Empresas Lideradas por Mujeres, con respecto a 2021. En el caso de las empresas de la versión Piloto, aumentaron un 19% sus envíos con respecto a 2021 (y 57% con respecto a 2020).

En resumen:

- Empresas de Convocatoria Piloto (2019) logran exportar US\$30 millones.
- Empresas Convocatorias Pymex y Mujer (2020) logran exportar US\$70,3 millones.
- Empresas de la última convocatoria (2021) exportan en su primer año de ejecución US\$23 millones.

### Encuentros de Negocios

Los Encuentros de Negocios permitieron fortalecer las Relaciones Comerciales entre Chile y los demás países, pudiendo generar oportunidades de negocio, alianzas estratégicas y un perfecto match entre la oferta y demanda de las empresas participantes.

- Binacional Chile – Colombia fue realizado entre el 30 de agosto y 01 de septiembre de 2022, en Bogotá, con el objetivo de contribuir al fortalecimiento de las exportaciones de Chile hacia este mercado, considerando sectores que están posicionados como los Alimentos y Bebidas (frutas frescas, secas y deshidratadas, pescados y mariscos, cereales), Industrias 4.0 (envases y embalajes), Servicios (Fintech) y Turismo, principalmente, así como nuevos productos que están en proceso de consolidación como: innovación alimentaria, productos gourmet, aceites y frutas congeladas, insumos para la minería, entre otros. En esta versión se realizaron visitas a terreno, workshops temáticos, seminarios, masterclass de aceite de oliva, catas de gin y ruedas de negocios multisectoriales y de Turismo.

- Participaron 245 empresas: 160 compañías colombianas y 85 chilenas.
- 824 reuniones bilaterales.
- La proyección de negocios fue de US\$ 20,8 millones, con un 47% de empresas participantes encuestadas.
- A nivel de sectores, destacan las mayores ventas estimadas de Frutas Frescas, que representaron un 45% del total previsto, seguidas por AgroTech (13%), Turismo (10%), Fintech (5%) y Carnes (3%).

- Binacional Chile – Perú: La rueda de negocios, se llevó a cabo entre el 07 y 08 de noviembre de 2022, en la ciudad de Arica, y fue el primero en formato presencial después de dos años en modo virtual debido a la pandemia. Se trata de una actividad conjunta, organizada por ProChile y PromPerú, en el marco de una serie de encuentros similares llevados a cabo por ambas cancillerías, atendiendo el compromiso de los dos países para apoyar a las empresas exportadoras, especialmente las de menor tamaño.

A través del XII Encuentro Empresarial Binacional Chile Perú 2022 se buscó fortalecer la agenda bilateral, el comercio entre ambos mercados y la relación cooperativa entre las dos agencias de promoción. Fue así como esta actividad contó con participación de un total de 84 empresas:

- 28 exportadoras peruanas
- 14 compradoras chilenas gestionados por PromPerú

- 24 exportadores chilenos
  - 13 compradores peruanos registrados por ProChile
  - Proyección de negocios por más de US\$ 8,9 millones, cuyo resultado se obtuvo de las 154 citas atendidas, donde el 90% de estas respuestas son por parte de las empresas compradoras participantes del evento.
  - Apoyando la promoción en los sectores: Agroindustrial - Textil - Educación Superior
  - De las 176 citas agendadas, se logró la efectiva realización de 154 reuniones de negocios.
- Alianza del Pacífico: La X Macrorueda de Negocios, constó de 3 Ruedas de Negocios, y se llevó a cabo entre el 26 y 28 de septiembre de 2022, de manera virtual. Los sectores abordados fueron: Agroalimentos y Bebidas, Manufacturas en general y Bienes de consumo.

A través de estas tres e-ruedas de negocios se abarcó a 153 empresas exportadoras de la Alianza del Pacífico que tuvieron la oportunidad de concretar citas de negocios con 62 empresas compradoras internacionales, procedentes de 27 países. Estos encuentros comerciales registraron expectativas de negocios por US\$4,6 millones, además de expectativas de negocio inmediato por US\$ 3,1 millones, según las 89 empresas encuestadas.

### Circuito de Enexplos

Los Encuentros Exportadores (Enexplos), son herramientas que apoyaron a distintos sectores productivos del país, organizadas por ProChile para generar contactos comerciales entre exportadores e importadores de todo el mundo. Las empresas participantes, que representan lo mejor de la oferta exportable chilena, cuentan con el acompañamiento, gestión y apoyo de la red nacional de ProChile y de sus más de 50 Oficinas Comerciales en el mundo.

- 676 empresas exportadoras
- 346 importadores
- 1.881 citas de negocios
- US\$154,6 millones proyectados
- 77,75% Satisfacción General
- \$252,5 millones de inversión pública

## 1. Innovación y Valor Agregado

El área de Innovación ha tenido la estrategia de generar acciones de visibilización, difusión y generación de herramientas que posicionen al ecosistema chileno como referente de Innovación y Emprendimiento a nivel latinoamericano y mundial. Para lograr este objetivo se han diseñado y apoyado la implementación de distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas de base tecnológica, de gran escalabilidad y de alto impacto. Las distintas herramientas se orientan de acuerdo a las diferentes necesidades y etapas de desarrollo en las que se encuentran las empresas, ya sean startups y/o scaleups.

Durante este periodo el trabajo en esta área se ha centrado en generar programas que acompañan el proceso de internacionalización de empresas, que cuentan con soluciones de base tecnológica y un alto potencial de escalabilidad en 3 tipos de herramientas: Formación de capacidades (Market Entry Series), de Exploración (Ferias y misiones internacionales) e Inmersión (GoGlobal y ProChile Global X). Además de la definición de 6 acciones claves: Redes y Alianzas, Herramientas, Posicionamiento, Comunidad, Herramientas y Difusión.

En esa línea, en 2022 ProChile continuó fortaleciendo 2 de sus principales programas (entre otros):

- Plataforma de servicios “ProChile Global X”, la que apoyó el ingreso y desarrollo comercial de 39 soluciones de alto valor agregado a Europa. A través de esta plataforma se vinculó con los principales actores del ecosistema europeo, además de potenciar la colaboración en tres líneas: Investigación y Desarrollo (como Centros I+D, Transferencia Tecnológica, Centros de Pilotaje, Universidades, etc.); Venture Capital (para levantar oportunidades de financiamiento y fomento de co- inversión); Soft Landing en Alemania y Diversificación, esto permitió vincularnos con proveedores de los distintos servicios de softlanding, y al mismo tiempo, facilitar a través del trabajo de las Oficinas Comerciales, el incremento de la penetración de nuestras empresas, ayudando en alcanzar una mayor diversificación de mercados.
  - Mercados en consolidación para la estrategia en Europa para el 2022: Alemania, España, Portugal, Reino Unido, Francia y Países Bajos.
  - Mercados en fortalecimiento 2022: Francia, Benelux, Países Nórdicos y Reino Unido.

- GoGlobal, que en su cuarta versión del año 2022 apoyo a 39 empresas, completando un total de 216 participantes en todas sus versiones. Este programa ofrece 10 semanas (6 online y 4 presenciales) de aceleración incluyendo un espacio de trabajo y pasajes al mercado de destino para que los participantes puedan vivir la experiencia de la internacionalización. A igual que los años anteriores los mercados fueron Perú (Lima), Colombia (Bogotá), México (Ciudad de México) y Estados Unidos (Miami).

Los 10 sectores más relevantes y con los que principalmente se trabajó durante el 2022: Healtech, Biotech, Fintech, Edtech, Retailtech, Agtech/ Foodtech, Asset Management, AI & Analytics, Cleantech y Logistics.

En resumen:

- Principales programas Innovación: GoGlobal, Market Entry Series.
- Plataforma de servicios: ProChile Global X.
- Principales ferias/eventos: WebSummit, StartCo, The Next Web, London Tech Week, entre otros.
- Empresas apoyadas 2022: más de 229 empresas entre GoGlobal, ProChile Global X, Eventos, entre otros.

## 1. ProChile Digital

### Transformación Digital

Como es de conocimiento, la estrategia digital de ProChile está construida en base a cinco focos digitales institucionales, más una acción transversal de difusión y comunicación de las iniciativas, tanto de forma interna (equipo ProChile) y externa (ciudadanía).

Los principales hitos del año 2022 para los 5 componentes fueron:

- Utilización de Inteligencia Artificial: El Subdepartamento de Transformación Digital agregó un componente de inteligencia artificial (IA) a su proceso de investigación y levantamiento de información. Esto es un claro ejemplo de cómo la IA puede brindar apoyo y soluciones innovadoras en diferentes áreas, mejorando la eficiencia y la productividad, con su capacidad para procesar

grandes cantidades de información y responder a preguntas de manera rápida y precisa.

Esta iniciativa digital, que fue implementada en el datawarehouse de ProChile, ha permitido obtener información de calidad para la toma de decisiones.

- **Uso de Analítica en las Herramientas Digitales:** Se agregó en su componente de proceso, el apoyo de herramientas de analítica web, permitiendo conocer en tiempo real el comportamiento de visitas a las diferentes herramientas digitales. Esto permite gestionar en forma precisa cada una de las iniciativas digitales, obteniendo información de gestión para la toma de decisiones y contribuir al proceso de mejora continua de las herramientas de cara al servicio de la ciudadanía.
- **Postulación a Concurso 2022:** Para este proceso fue utilizada la plataforma tecnológica CRM Dynamic 365, pudiendo gestionar más de 350 proyectos de Concursos. Esta plataforma ofrece una amplia gama de soluciones para ayudar a las empresas a mejorar sus relaciones con los clientes, aumentar la eficiencia y la productividad, y obtener una mayor visibilidad en las operaciones de negocios. Además, CRM Dynamics 365 es una plataforma en la nube que se integra fácilmente con otras soluciones de Microsoft, como Office 365 y Power Platform, ofreciendo una amplia variedad de aplicaciones personalizables que se pueden adaptar a las necesidades de la Institución.
- **Centro de Ayuda:** es un servicio que brinda asistencia a los usuarios a través de diversos medios digitales. Esta herramienta de ProChile por medio de una base de conocimientos y un sistema de tickets permite efectuar el seguimiento a las consultas realizadas. Esta iniciativa fue optimizada para ofrecer soluciones rápidas y eficientes a las consultas que los usuarios puedan tener, sin la necesidad de contactar en primera instancia a un profesional de ProChile. Durante el 2022 esta iniciativa ha permitido gestionar más de 1.500 consultas ciudadanas.

## **1. Sostenibilidad, Género y Pueblos Originarios**

### Sostenibilidad



Se trabajó en la implementación de las distintas iniciativas de la Política de Sostenibilidad, incluyendo acciones de capacitación interna y hacia las empresas beneficiarias de ProChile; se incorporó el Test de Sostenibilidad como parte de Concursos y Convocatorias, llegando a más de 751 empresas en 2022 y a más de 1.400 empresas desde la implementación del Test de Sostenibilidad.

Se firmó el convenio de incorporación al Programa Estado Verde del Ministerio del Medio Ambiente para obtener la acreditación acorde a la gestión ambiental de la Institución.

Se potenció el trabajo en la internacionalización de la Estrategia Nacional de Hidrogeno Verde, con priorización en 16 mercados y 5 regiones del país, centrado en el plan de negocios que incluye: (1) posicionamiento de imagen país, (2) inteligencia comercial, (3) apoyo a la atracción de inversiones y (4) gestión comercial. Apoyando la realización de 6 misiones comerciales a Chile, con el apoyo estratégico de las Oficinas Regionales y en coordinación con el Ministerio de Energía, Cancillería e InvestChile.

Por último, se realizó la primera misión de 7 empresas sostenibles con base tecnológica en la COP27 en Egipto, con el fin de posicionar a nuestro país y sus soluciones para el cambio climático en la cumbre más importante sobre sostenibilidad.

## Género

En cifras, durante 2022 ProChile trabajó con 295 Empresas Lideradas por Mujeres, de las cuales, 113 exportaron. Para el 2023 se ha determinado un aumento en 20% de beneficiarias totales y un 10% en beneficiarias exportadoras. Se realizaron 8 actividades que incluyeron estudios, misiones comerciales, mentorías y planes de capacitación; además de participación activa y continua en charlas y presentaciones que permitieron a ProChile destacarse en el ecosistema.

El trabajo del Programa Mujer Exporta el 2022 continuó basado en tres pilares fundamentales, capacitación, internacionalización y generación de redes, entre las que destacan: capacitaciones en temas de marca Chile, coaching para empresarias vinculadas a la minería, además de mentorías para los sectores alimentos y economías creativas; buscando fortalecer sus competencias y mejorar la toma de decisiones en procesos de exportación. Las acciones de internacionalización, por su parte, se relacionaron con los siguientes mercados:

Colombia, Guatemala, Canadá, Argentina, Francia y España. Por último, la vinculación se materializó a través del lanzamiento de la plataforma regional Activa Empresarias (junto a CORFO y ONU), campañas digitales, Encuentros de Mujeres ASEA, Mujeres del Fin del Mundo y Distinción Mujer Exporta.

## Pueblos Originarios

Siguiendo la línea de la inclusión, ProChile reafirma su compromiso por reconocer, revalorizar y compartir con el resto del mundo la cultura indígena de los diferentes pueblos que habitan este territorio llamado Chile.

El Programa de Internacionalización de Pueblos Originarios que partió el año 2020, en plena pandemia, está cimentado en un convenio nacional entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, Conadi, y la Dirección General de Promoción de Exportaciones de Chile, ProChile. Durante el 2022 se ha trabajado con 65 empresas, de las cuales 6 son empresas exportadoras, 28 beneficiarias directas del convenio con Conadi (2020-2022) y 10 beneficiarias directas del convenio (2022-2023) que se inició en octubre del 2022, pertenecientes especialmente a los rubros de alimentos y Economías Creativas. Estas últimas, han recorrido un camino con etapas de formación, coaching exportador y ciclos formativos en distintas materias comerciales, acciones de pre-internacionalización y asesoría personalizada a partir de la identificación de las brechas individuales y grupales. La labor de acompañamiento de las empresas ha sido fundamental en su desarrollo.

## **1. Imagen de Chile, Inversión y Turismo**

### Ferias Internacionales

Las ferias internacionales fueron una vitrina que permitieron visibilizar la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, impulsando el encuentro entre empresas exportadoras y

compradores internacionales, contribuyendo al posicionamiento económico y la marca país Chile. Es una herramienta dirigida para empresas exportadoras y con capacidad exportadoras.

Entre enero y diciembre 2022, ProChile participó en 66 ferias internacionales, en formato presencial y virtual, entre las que se destacan las ferias más importantes del mundo como, por ejemplo, SIAL Paris del rubro de alimentos, Seafood Expo Global de productos del mar, en economías creativas se estuvo presente en Feria del Libro de Guadalajara; e IMARC, con la participación de empresas del sector de usos alternativos del cobre, entre otras.

Es así que durante el año 2022 se participó en 66 Ferias Internacionales (60 ferias presenciales y 6 ferias virtuales), 751 empresas exportadoras y 490 importadores.

### Marcas Sectoriales

El Programa de Marcas Sectoriales contribuye a la asociatividad de los sectores y su diferenciación, genera economías de escala, aporta a la internacionalización de las Pymes y genera mejoras en la identificación y recordación internacional de un producto y/o servicio.

En 2022 se trabajó con 17 marcas activas (2 de Servicios, 5 de Industrias Creativas y 10 de Agroalimentos), en los que participan 9 gremios y 26 instituciones de educación superior. ProChile inició el trabajo para desarrollar un nuevo programa para el posicionamiento de nuestra oferta exportable. El equipo de Marcas Sectoriales de ProChile en colaboración con la unidad de Marketing planteó desarrollar un Programa Piloto de Branding Sectorial, cuyo objetivo es apoyar a los sectores exportadores incipientes o con potencial exportador en su proceso de internacionalización, a través de la construcción de una propuesta de valor y posicionamiento para su sector, que les permita avanzar de manera asociativa y alineada, bajo el paraguas de la marca Chile. El programa piloto se inició con el sector apícola (miel) y se espera lanzar oficialmente sus resultados durante el primer semestre del 2023.

## Evento Chile Week

La Séptima Versión de Chile Week se realizó en formato híbrido entre el 21 y 29 de noviembre de 2022, en diferentes lugares: Santiago, Beijing, Chengdu, Guangzhou y Shanghái, marcada por una gran participación tanto de empresas chilenas en el mercado como de importadores, retailers y distribuidores locales. M

Este evento permitió la fidelización de contrapartes públicas y privadas, al realizar un trabajo colaborativo con más de 10 organismos públicos y asociaciones chinas.

De igual forma, se pudo fortalecer el posicionamiento de Chile como país a la vanguardia de políticas verdes, sustentables y de energías limpias, en línea con nuestro compromiso con la sustentabilidad de la oferta exportable.

Se trata de una actividad de gran impacto, dado que se generaron más de 70 publicaciones, cuyo valor mediático acumulado superó los US\$ 650.000 Participando más de 72 empresas nacionales, 165 importadores con proyecciones de negocios de USD\$1.9 millones.

## Chile Connected

En 2022 el foco fue hacer crecer la base de importadores y capacitar a las empresas chilenas para entrar al mercado norteamericano, abarcando:

- Capacitación y Mentorías (preparación para el mercado)
- Estudios de mercado
- Focus Group

Durante todo el proceso, las empresas participantes fueron acompañadas por una Oficina Comercial de ProChile en América del Norte, junto con los consultores y socios estratégicos, capacitándolos para el desarrollo de capacidades exportadoras necesarias para el correcto aterrizaje de empresas chilenas en el mercado norteamericano. Participando

52 empresas nacionales, 18 importadores y obteniendo proyecciones de negocios cercanas a los USD\$117 mil dólares.

## Unboxing Chile

Durante el 2022, se activó la campaña #UnboxingChile como continuidad a lo realizado el 2021, el objetivo fue promocionar e incentivar el consumo de productos y servicios chilenos en los mercados internacionales. Con el fin de apoyar la reactivación económica del país, impactar en la diversificación de mercados por parte de las empresas chilenas exportadoras y contribuir a la imagen país, a través de un relato/concepto creativo. Bajo esta campaña se realizaron actividades de promoción bajo el concepto en los siguientes mercados:

- México: Actividades de posicionamiento y activación en productos de alimentos, destilados, fruta fresca, frutos secos, innovación alimentaria, aceite de oliva y vinos en México. Contempló envío de productos chilenos a medios de comunicación, influencers, importadores y autoridades mexicanas.
- China: Campaña de marketing offline y online en las principales plataformas digitales de China, contempló la participación de 6 líderes de opinión que amplificaron la campaña en sus plataformas.
- Taiwán: Campaña de marketing digital con el objetivo de posicionar a Chile y su oferta exportable de alimentos con la ampliación de líderes de opinión en redes sociales utilizadas en el mercado.
- Alemania: Se realizó un Cooking Show y degustación de productos chilenos dirigido a importadores alemanes, influencers y actores relevantes del sector gastronómico.
- Paraguay: Actividad de promoción denominada Semana Chile, realizada en supermercado de categoría premium para promocionar y posicionar alimentos chilenos. La actividad contempló degustaciones, Cooking Show, bailes típicos y envío de cajas Unboxing con una selección de vinos chilenos de categoría premium.
- Guatemala: Campaña de marketing online de posicionamiento de vinos y productos chilenos, a través de 2 activaciones con influencers locales del sector gastronómico que fue transmitido a través de live streaming por locutores radiales locales.
- Costa Rica: Realización de maridaje en salas VIP de cines Cinopolis de Costa Rica en el cual se invitaron personas relacionadas a la industria del vino, influencers y medios de comunicación con el fin de dar a conocer la campaña Unboxing y potenciar los productos chilenos presentes en el mercado.

- República Dominicana: Campaña de marketing digital para difundir y posicionar la gastronomía y productos chilenos en el mercado local. Contempló videos, reels, stories y concurso en cuentas de redes sociales.
- Cuba: Campaña de marketing con participación de influencers, artistas y aliados del canal horeca para promocionar e incentivar el consumo de productos chilenos. La actividad contempló concursos, envío de cajas con productos, realización de recetas en redes sociales, para dar visibilidad a la campaña. Además, se realizaron cápsulas de videos con reconocidos chefs, influencers y bartenders.

Gracias a #UnboxingChile logramos obtener un alcance de 220.213.046 personas a nivel mundial gracias a la amplificación y difusión de 93 influencers y más de 350 publicaciones en medios.

### Campañas Digitales

Las campañas digitales tuvieron como foco los mercados que ProChile consideró como relevante para la recuperación de nuestra economía, para eso se elaboraron campañas de marketing digital y posicionamiento comunicacional en Estados Unidos, Canadá, México, China, Corea del Sur, ASEAN y Brasil, todas destinadas a impulsar el conocimiento de nuestros productos y servicios en el mercado, así como sus atributos. Con el objetivo de llegar tanto a contrapartes como importadores, pero también al público final, apuntamos por el desarrollo de cuentas en redes sociales que potenciaran la campaña internacional que llevamos a cabo como Institución “#UnboxingChile”, dando a conocer también el lanzamiento de nuevas marcas sectoriales, como ocurrió con Chile Mussel en China y el desarrollo de actividades de alto impacto como Healthtech en Los Ángeles, Filadelfia y Chicago; Chile On Board en Filadelfia, y Chile Week, que se desarrolló de manera simultánea entre las ciudades de Santiago y Beijing con actividades tanto presenciales como online, alguna de ellas llegando a tener un alcance de más de 24 millones de personas. Este tipo de actividades también se repitieron en Chengdú, Guangzhou y Shanghái con publicaciones en la prensa local que superaron en alcance a los 6 millones de personas.

### Inversión

ProChile gracias a nuestra amplia red internacional, apoyamos también la difusión de las oportunidades para invertir en Chile, por medio de tres diferentes líneas de trabajo (Inversión, Cadenas Globales de Valor e Hidrogeno Verde), las cuales el 2022 realizaron las siguientes acciones:

- Para efectos de operativizar la Estrategia de Fomento y Promoción de la Inversión Extranjera a través de los Agregados de Inversión, Invest Chile y ProChile, han suscrito convenios anuales de transferencia de recursos, que permiten la instalación, funcionamiento y operación de las Agregadurías de Inversión. Las Agregadurías de Inversión son un primer eslabón que contribuye a insertar a Chile en los ecosistemas locales de los mercados definidos a partir de la Estrategia, identificando nuevas oportunidades de inversión, aumentando la cartera de proyectos y generando redes de contacto y alianzas de largo plazo para la atracción de inversión extranjera directa. El año 2022, se sumó a la agregaduría de Tokio, Japón, las agregadurías en Washington, Estados Unidos y Berlín, Alemania, cuya misión es la de contactar a los inversionistas priorizados en los mercados en que se desempeñen y generar visitas a Chile de parte de estos.
- Diseñamos una estrategia de cadenas globales de valor y encadenamientos productivos para potenciar la atracción de inversiones y la transferencia de tecnología y talento, además de aumentar el comercio intrarregional. Se propuso y desarrollaron estrategias que apoyen a Chile en su inserción en cadenas regionales y globales de valor a nivel bilateral, especialmente con los países de la región latinoamericana, promoviendo las posibilidades de encadenamientos productivos entre empresas de diferentes países y profundizando las oportunidades derivadas de la red de tratados de libre comercio negociados por Chile.

Considerando lo anterior, en 2022 se inició un piloto de levantamiento de proyectos de encadenamientos productivos en Argentina y Ecuador, vinculándolos con el sector exportador chileno mediante talleres, seminarios y ruedas de negocios tanto virtuales como presenciales.

- Apoyamos activamente la implementación de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde. La cual el 2022 contó con la participación de 29 Oficinas Comerciales y 5 Oficinas Regionales, aportando información estratégica basada en cuatro ejes: Posicionamiento, Inteligencia Comercial, Captación de la Inversión y Gestión Comercial. En este contexto, ProChile cumple un rol crucial en la implementación de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde, aportando en las etapas de activación y

desarrollo de la industrias y escalamiento para conquistar mercados globales, convirtiéndose en un actor clave para una nueva economía de exportación limpia.

## Turismo

Con foco en el Turismo receptivo, ProChile continuó en 2022 una activa participación en la promoción del sector turismo, su reactivación y el apoyo a la internacionalización de empresas turísticas y Tour Operadores del país en regiones foco. Ello con el objetivo adicional de aumentar la llegada de turistas extranjeros, el gasto turístico en Chile y reducir la estacionalidad. En este sentido, se priorizó el trabajo con las regiones de Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Aysén y Magallanes.

Además de destacar la activación en mesas de trabajo publico/privadas para:

- Atracción de Inversiones Turísticas
- Turismo Indígena
- Imagen Chile
- Turismo MICE
- Industria Aérea
- Juegos Panamericanos 2023

Como importante hito, y gracias a la alianza entre ProChile, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo, durante el 2022, se trabajó en distintas iniciativas relacionadas a la promoción de Chile en países como Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y China.



Otro evento sin duda importante fue la Ruta de Enoturismo 2022, instancia en la cual se invitó a 5 Tour Operadores más dos periodistas de Perú, de modo que pudieran conocer nuestra ruta de vinos, hotelería y obtener propuestas de las agencias contrapartes en Chile, para difundir la oferta del sector en destinos internacionales de interés, con Perú como país invitado en su primera versión 2022. El programa fue planteado para que las empresas peruanas participantes de esta rueda de negocios y fam tour, conozcan la oferta enoturística del Valle Central y la incorporen en sus paquetes o programas para contribuir con la recuperación de las visitas previas a la pandemia, de aproximadamente 1.100.000 turistas al año en el corto plazo, e incrementar este número a unos 2 millones de visitantes al 2027.

Adicionalmente, y con el objeto de potenciar el turismo entre Argentina y Chile, se materializó la participación de Chile en la Feria de Turismo Comodoro Rivadavia y Cumbre de Turismo de la Patagonia 2022, los días 20 y 21 de abril. El programa estuvo enfocado en las Instituciones públicas y privadas, donde participaron empresas de turismo de la Región de Aysén y Magallanes, Aerolíneas DAP, Gremios de Aysén, Municipalidad de Coyhaique, Municipalidad de Comodoro Rivadavia, 5 tour operadores de Buenos Aires y 31 empresas turísticas de la provincia de Chubut y Santa Cruz. En el marco de esta feria se realizó una rueda de negocios entre operadores turísticos. Además, se incluyeron paneles de conversación con temas de interés de acuerdo a la actualidad y charlas entre los propios asistentes.

### **Premios y Reconocimientos de la Institución**

#### **1. Avances en Transformación Digital**

Reconocimiento entregado por el Ministerio Secretaría General de la Presidencia, por los avances obtenidos en el cumplimiento de metas designadas en el Instructivo de Transformación Digital en los ejes CeroFilas, Ceropapel e Identidad Digital llevado a cabo entre 2019-2022.

Se obtuvieron todos los sellos disponibles (3 de 3), acreditando el avance en el proceso de digitalización y modernización.

## **1. 76th Golden Merchant Award - Outstanding Foreign Office**

ProChile Taiwán fue galardonado con el premio Golden Merchant Award for Outstanding Foreign Offices, Edición 76, siendo reconocido el trabajo de promoción de esta Oficina Comercial por la Cámara General de Comercio.

El “Golden Merchant Award” es uno de los premios más antiguos en el mercado Taiwanés, siendo altamente reconocido. La selección de Oficinas Comerciales de Excelencia en Taiwán se inicia con un levantamiento de candidatos a recomendación de las Cámaras de Comercio, asociaciones gremiales. Se busca premiar a las oficinas más activas, que colaboran en el fortalecimiento de los vínculos comerciales de Taiwán con los distintos países.

## **1. Distinción Pabellón Expomina Perú**

ProChile estuvo presente en Expomina 2022, una de las ferias más importantes de la industria minera a nivel Sudamericano.

Durante el desarrollo de la feria se recibió la entrega de la distinción que obtuvo el pabellón nacional en la feria “por su innovación e imagen destacada”. El stand ocupó una superficie total de 140 m<sup>2</sup> y combinó módulos tipo front desk para que las empresas pudieran exhibir su oferta con otros espacios abiertos, tipo cowork, para que los ejecutivos y ejecutivas pudieran reunirse informalmente con los visitantes. Además, contó con pantallas informativas para promoción audiovisual y una pequeña vitrina donde se exhibieron productos emblemáticos de la Región de Tarapacá.

## 4. Desafíos para el período de Gobierno 2023

### 1. Desafíos

El desafío del trabajo para los próximos años está centrado en los beneficiarios de ProChile, con el fin de que más empresas, especialmente pymes, se sumen al proceso exportador y aumenten el volumen y monto de sus exportaciones, todo esto, con el objetivo de aportar a la generación de empleo y a la economía nacional.

Para ello, ProChile requiere abordar los siguientes desafíos:

1. Incrementar el trabajo con las pymes, para que más de estas empresas puedan exportar. Para ello trabajaremos con:
  - a. Empresas exportadoras intermitente o que recién se encuentran exportando. Desarrollaremos programas de trabajo para que estas empresas, especialmente las Pymes, puedan exportar en forma permanente.
  - b. Empresas no exportadoras, con potencial. Buscamos que estas empresas puedan llevar sus productos o servicios a los mercados donde existan oportunidades para ellas. Para ello segmentaremos a estas empresas y los servicios que les entregaremos, buscando dar respuesta a sus necesidades de acuerdo a lo que cada grupo requiera.
  - c. Manufacturas. La mayoría de las empresas Pymex que experimentan intermitencia en sus envíos internacionales pertenecen a este sector. Es también un sector con alto valor agregado, que implica tecnología, innovación, y también desarrollo sostenible, por lo que a través de diversas actividades, buscaremos apoyarlas para que exporten en forma continua.
  - d. Servicios y Economía Creativa. En estos sectores se encuentra una gran cantidad de empresas pymes, por lo que es fundamental continuar trabajando en estas áreas para sumar más empresas pymes exportadoras.

1. Latinoamérica: Buscamos crecer en las exportaciones a estos mercados, esto por varias razones. La primera es que la gran mayoría de las empresas chilenas exportan a Latinoamérica (un 33% lo hace a Sudamérica) y lo han estado haciendo por muchos años. Sin embargo, estos envíos solo representan el 15% del monto exportado por el país al mundo. En segundo lugar, la gran mayoría de las exportaciones de servicios y de manufactura tienen como destino principal Latinoamérica, y la mayoría de las empresas de estos sectores son Pymes. Además, razones culturales, idiomáticas y de cercanía geográfica, hacen que para muchas pequeñas y medianas empresas sus primeras exportaciones sean hacia esta región.

Queremos que Latinoamérica se consolide como un destino relevante para seguir diversificando los envíos del país, con exportaciones de bienes y servicios que involucren desarrollo de innovación, tecnología, talento y aportando a la construcción de la imagen país en el exterior.

1. Proveedores de industrias exportadoras consolidadas: Alineados con la política de gobierno de expandir la base y la matriz exportadoras del país, queremos conocer a los proveedores que, con bienes y servicios, han permitido consolidarse a sectores exportadores y ser líderes a nivel mundial. Algunos ejemplos son el frutícola, vitivinícola, acuícola, minería, forestal. En torno a estos sectores, en los que Chile tienen un liderazgo mundial, hay cientos de Pymes con alto nivel que les proveen de bienes y servicios para que ellos puedan exportar. A través del trabajo con sus organizaciones gremiales, queremos identificar a estas empresas, trabajar en una estrategia de captación y desarrollo de un plan de acción para que puedan exportar sus productos o servicios.

## **Anexo 1: Identificación de la Institución**

---

### **a) Definiciones Estratégicas 2018-2022**

**Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución**

**Misión Institucional**

#### **Objetivos Ministeriales**

No se han cargado los Objetivos Ministeriales

#### **Objetivos Estratégicos**

No se han cargado los Objetivos Estratégicos

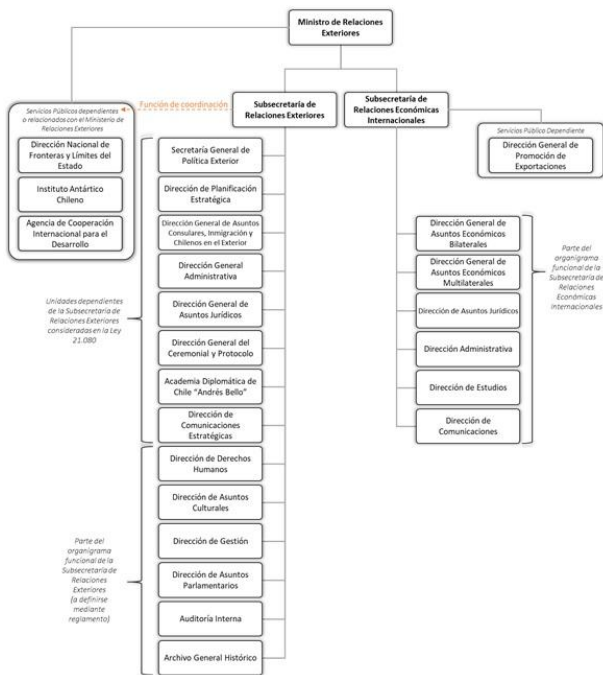
#### **Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos**

No se han cargado los Objetivos Estratégicos

#### **Clientes / Beneficiarios / Usuarios**

No se han cargado los Clientes / Beneficiarios / Usuarios

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



100 | Page

## ProChile | Diciembre 2022



---

| Cargo                                                                                | Nombre                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| DIRECTORA(S) REGIONAL PROCHILE ARICA Y PARINACOTA                                    | GLORIA COLLAO CHACANA             |
| DIRECTORA REGIONAL PROCHILE TARAPACÁ                                                 | DORIS OLIVARES MEYER              |
| DIRECTORA REGIONAL PROCHILE ANTOFAGASTA                                              | MARCIA ROJAS PONCE                |
| DIRECTORA REGIONAL PROCHILE ATACAMA                                                  | CLAUDIA PRADENAS MUÑOZ            |
| DIRECTORA REGIONAL PROCHILE COQUIMBO                                                 | PAOLA VASQUEZ ROMERO              |
| DIRECTOR (S) REGIONAL PROCHILE VALPARAISO                                            | LUDWIG MAYER DE LA BARRA          |
| DIRECTORA REGIONAL PROCHILE METROPOLITANA                                            | MARIELA DIAZ ZAMORANO             |
| DIRECTORA REGIONAL PROCHILE O'HIGGINS                                                | MARIA SOFIA SILVA BAEZA           |
| DIRECTOR (S) REGIONAL PROCHILE MAULE                                                 | MANUEL DIAZ-MUÑOZ SUAZO           |
| DIRECTOR (S) REGIONAL PROCHILE ÑUBLE                                                 | CRISTIAN PAVEZ CARCAMO            |
| DIRECTOR REGIONAL PROCHILE BIOBIO                                                    | OSVALDO MARINAO CACERES           |
| DIRECTORA REGIONAL PROCHILE LA ARAUCANIA                                             | CLAUDIA ROJAS SANHUEZA            |
| DIRECTOR (S) REGIONAL PROCHILE LOS RIOS                                              | JOSÉ CAYUNGUIR CACERES            |
| DIRECTOR REGIONAL PROCHILE LOS LAGOS                                                 | RICARDO ARRIAGADA VICENCIO        |
| DIRECTOR (S) REGIONAL PROCHILE AYSÉN                                                 | JUAN CARLOS LOPETEGUI HITSCHFELD  |
| DIRECTOR REGIONAL PROCHILE MAGALLANES                                                | CLAUDIO VILLARROEL BUXTON         |
| DIRECTOR(S) ADMINISTRATIVO                                                           | LEONARDO BANDA MALDONADO          |
| JEFA DEPARTAMENTO COMPRAS                                                            | PATRICIA GILLIBRAND VARGAS        |
| JEFE(S) DEPARTAMENTO CONTROL DE GESTION                                              | JORGE SAN MARTIN OLIVARES         |
| JEFA DEPARTAMENTO RED EXTERNA                                                        | MARIA CLAUDIA PLAZA BELTRAN       |
| JEFE DEPARTAMENTO FINANZAS                                                           | SEBASTIAN FERNANDEZ FRIEDLI       |
| JEFE DEPARTAMENTO PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROGRAMAS DE PROMOCIÓN                  | ROLANDO VICENCIO GARIN            |
| JEFE DEPARTAMENTO DE INFORMATICA                                                     | BENJAMIN CODERCH SOTO             |
| JEFE DEPARTAMENTO GESTIÓN DE PERSONAS                                                | CLAUDIO OSORIO RUBIO              |
| JEFA (S) DEPARTAMENTO DIRECCION DESARROLLO ESTRATEGICO                               | PAULINA ESPINOZA ARANEDA          |
| JEFA(S) SUBDEPARTAMENTO PLANIFICACION Y SEGUIMIENTO DE RESULTADOS                    | CAROLINA RAMIREZ LOPEZ            |
| JEFA SUBDEPARTAMENTO SECRETARIA EJECUTIVA DE CONCURSOS DE PROMOCION DE EXPORTACIONES | MARIE ISABEL WAINWRIGHT FLISFISCH |
| JEFA SUBDEPARTAMENTO INTELIGENCIA DE MERCADOS                                        | MARCELA GONZALEZ MENDEZ           |
| JEFA SUBDEPARTAMENTO SERVICIOS INTEGRADOS PARA LA EXPORTACIÓN                        | ADRIANA MUÑOZ LATORRE             |
| JEFE SUBDEPARTAMENTO TRANSFORMACION DIGITAL                                          | FABIAN ROJAS LAGOS                |
| JEFA DEPARTAMENTO DIRECCION INTERNACIONAL                                            | LORENA SANCHEZ PINO               |
| JEFA SUBDEPARTAMENTO AMERICA DEL NORTE                                               | KARINA MORALES CABELLO            |
| JEFE(S) SUBDEPARTAMENTO ASIA Y OCEANIA                                               | ALBERTO CAÑAS SALINAS             |
| JEFA SUBDEPARTAMENTO EUROPA, ÁFRICA Y MEDIO ORIENTE                                  | CARMEN GLORIA VIVANCO FRANCIA     |
| JEFA SUBDEPARTAMENTO SUDAMÉRICA, ALIANZA DEL PACIFICO                                | SILVANA GATTINI COLLAO            |
| JEFE SUBDEPARTAMENTO PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO REDEX                                | CRISTIAN SANCHEZ SOLIS            |
| JEFA (S) DEPARTAMENTO DIRECCION MARKETING Y EVENTOS                                  | MARIA JOSE HERNANDEZ ALCAINO      |



| Cargo                                                      | Nombre                       |
|------------------------------------------------------------|------------------------------|
| JEFA SUBDEPARTAMENTO DE EVENTOS                            | MARIA JULIA RIQUELME ALVEAR  |
| JEFA SUBDEPARTAMENTO DE MARCAS<br>SECTORIALES              | CLAUDIA MORENO DONOSO        |
| JEFE SUBDEPARTAMENTO FERIAS                                | DIEGO MC INTOSH HERRERA      |
| JEFE SUBDEPARTAMENTO MARKETING                             | CLAUDIO SEPULVEDA VILLALOBOS |
| JEFA DEPARTAMENTO DIRECCIÓN<br>COMUNICACION ESTRATEGICA(S) | MARIA JOSE HERNANDEZ ALCAINO |
| JEFA (S) DEPARTAMENTO DIRECCIÓN<br>MARKETING Y EVENTOS     | MARIA JOSE HERNANDEZ ALCAINO |
| JEFA(S) SUBDEPARTAMENTO DE<br>COMUNICACIONES               | FRANCISCA ASSEF TREBILCOCK   |