



# Balance de Gestión Integral

AÑO 2021

Ministerio de Relaciones  
Exteriores

**Dirección General de  
Promoción de Exportaciones**





# Índice

.1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo	3
.2. Resumen Ejecutivo Servicio	9
.3. Resultados de la Gestión año 2018-2021	13
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2022	34
.	
.Anexo 1: Identificación de la Institución	39
.	
.	
.	
.Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	44
.Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas	45
.Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas	45
.	
.	
.	
.Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021	46
.Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021	47
.Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021	48

# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

## **Ministerio de Relaciones Exteriores**

---

En el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2021, y tal como lo establece su misión institucional, el Ministerio de Relaciones Exteriores colaboró con el Presidente de la República en el diseño, planificación, prospección, conducción, coordinación, ejecución, control e información de la Política Exterior, proponiendo y evaluando las políticas y planes orientadas a fortalecer la presencia internacional del país, y velando por los intereses de Chile y sus connacionales, con el propósito de elevar la calidad del desarrollo, seguridad y bienestar nacional.

Mediante la red de misiones diplomáticas en el exterior y la definición de principios y prioridades, la Política Exterior de Chile se proyecta como un activo intangible, que permite el fortalecimiento de la imagen país y su posicionamiento en el sistema internacional como socio confiable, con vocación democrática y con instituciones sólidas.

Durante el año 2021, se continuó trabajando para dar respuesta a los desafíos planteados por la pandemia de COVID-19, especialmente en la negociación para el abastecimiento de vacunas logrando, al 31 de diciembre de 2021, recibir más de 49 millones de dosis gracias a los acuerdos con las farmacéuticas Pfizer, Sinovac, AstraZeneca y Cansino, y a la participación en el mecanismo multilateral COVAX.

En esta misma línea, impulsamos un tratado global sobre pandemias, iniciativa que fue aprobada por la Asamblea Mundial de la Salud en Ginebra en el mes de diciembre, y hemos seguido trabajando en conjunto con la región a través del Foro para el Progreso de América del Sur, PROSUR, en la búsqueda de soluciones conjuntas a las demandas que ha instalado la crisis sanitaria.

Afianzar los compromisos de cooperación e integración vecinal y regional en temas emergentes, propiciando una integración digital que beneficie a todos los habitantes de la región, ha sido una prioridad en el periodo.

Chile participa como Estado Asociado en todas las convocatorias del MERCOSUR, siendo la última Cumbre de Jefes de Estados del Mercosur y Estados Asociados, aquella celebrada en Brasil en diciembre de 2021, la cual se llevó a cabo en el marco de la celebración de los 30 años de este mecanismo de integración. Participamos asimismo, en las instancias de CELAC, destacando durante el 2021 la 31° Reunión de Coordinadores Nacionales, y la 21° Reunión de Ministros de Relaciones Exteriores realizada de manera presencial en Ciudad de México. Finalmente, en el marco de la Organización de Estados Americanos (OEA) Chile participó en la 51 Asamblea General que tuvo como lema “Por una América Renovada”.

Paralelamente, hemos impulsado la integración digital de Sudamérica como un pilar clave para el desarrollo de la región. A través de una Declaración Presidencial con Argentina, y la visita del Presidente de ese país Alberto Fernández, así como la firma de un Memorándum de Entendimiento sobre Cooperación en el área de Telecomunicaciones y Economía Digital con Brasil, ambos países se comprometieron a ser parte del proyecto Humboldt, Cable Submarino Transpacífico, que conectará las costas chilenas en el pacífico sur con las costas de Nueva Zelanda y Australia.

En el marco de la Alianza del Pacífico, el 30 de abril de 2021 celebramos los 10 años de existencia de este mecanismo, que ha permitido importantes avances en materia de innovación, fortalecimiento del comercio y desarrollo social. En esta oportunidad también se lanzó la Hoja de Ruta para el Mercado Digital Regional que articula en torno a tres pilares una gran diversidad de acciones concretas para avanzar hacia la transformación digital en la Alianza del Pacífico.

Un hito importante en la relación de Chile con sus países vecinos es la normalización de las relaciones bilaterales con Bolivia, que se materializaron con la elaboración de una hoja de ruta entre ambos países, reactivando la agenda bilateral. Ambos países, coincidimos en que el diálogo constructivo es el instrumento idóneo para el entendimiento e integración, que la cooperación bilateral ayuda eficazmente a la creación de lazos de amistad y fraternal convivencia, y que el comercio y las inversiones son una herramienta para alcanzar el progreso económico y social de ambos pueblos. Por otra parte, con Perú, luego de una interrupción de 15 años, la Comisión Mixta Chile - Perú efectuó mejoramiento de hitos en el límite fronterizo.

Con el fin de fortalecer las relaciones bilaterales y profundizar lazos estratégicos con el mundo, se amplió nuestra presencia en el Asia Pacífico, mediante la incorporación de Chile al Foro de las Islas del Pacífico como “Socio de Diálogo”, principal organismo de concertación política y económica del Pacífico Insular. Asimismo, se realizaron durante el mes de septiembre de 2021 dos Giras Presidenciales. La primera de ellas por Europa, donde a través de la realización de visitas oficiales a cuatro países, se abordó la profundización de los lazos de la Asociación Estratégica que se mantiene con la Unión Europea, además de la situación política y sanitaria, destacando los avances en la lucha contra la pandemia del COVID-19. La segunda gira se realizó a países de Sudamérica, específicamente a Colombia, Uruguay y Paraguay, donde los mandatarios abordaron principalmente temáticas económicas y sanitarias.

Con Europa, después de 13 rondas de negociación desde el 2018 a fines de octubre de 2021, finalizamos la negociación técnica de la modernización del Acuerdo de Asociación entre Chile y la Unión Europea.

A la vez, durante este año entró en vigor nacional el Acuerdo de Asociación de Economía Digital, DEPA, con Nueva Zelanda y Singapur, y se aprobó el Acuerdo de Libre Comercio con Brasil, el cual luego de su entrada en vigor en enero de 2022, beneficiará a las Pequeñas y Medianas empresas en el acceso al mercado de compras públicas brasileño y facilitará la operación de los proveedores de servicios y productos digitales nacionales en ese país. Asimismo, firmamos el Acuerdo de Libre Comercio Chile - Paraguay y el Acuerdo de Integración Comercial entre Chile y Ecuador.

Convencidos de que nuestro país puede aportar significativamente a la resolución de los nuevos desafíos y amenazas internacionales, hemos impulsado la presencia de Chile en los espacios de diálogo multilaterales, lo que se refleja en la reelección de Claudio Grossman en la Comisión de Derecho Internacional de las Naciones Unidas y la elección de Patricia Pérez como jueza para la Corte Interamericana de Derechos Humanos para el período 2022-2027.

Asimismo, durante el periodo, se ha reforzado el compromiso de Chile con fortalecer las temáticas asociadas a la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, como la lucha contra el Cambio Climático, las materias de género y la protección de la Antártica.

En la lucha contra el cambio climático y en línea con la vocación oceánica de nuestro país, se ha promovido a nivel bilateral y multilateral la protección del océano y los ecosistemas. Chile participó activamente en la COP 26, liderando junto a Mónaco el lanzamiento de la tercera declaración “Because the Ocean”, que incluye propuestas concretas sobre cómo avanzar en la consolidación del océano en la acción climática global. De igual modo, durante la participación del Presidente de la República en la Cumbre Climática de Líderes, se anunció que Chile liderará los primeros esfuerzos para crear un Área Marina Protegida (AMP) en alta mar del Pacífico Sur-oriental, como una medida significativa para abordar la crisis climática.

En materia de género, Chile se ha sumado a iniciativas regionales y multilaterales que buscan la defensa de los derechos de las mujeres y la disminución de las barreras de género. En esta línea, Chile ratificó el protocolo facultativo de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), se incorporó a la Red Regional de Mediadoras del Cono Sur junto con Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, y participó en el establecimiento del Grupo de Amigos para la Igualdad de Género, en el marco del Foro Generación Igualdad.

Estas instancias van en línea con los esfuerzos desplegados por esta Cancillería para fortalecer la presencia de mujeres en cargos de liderazgo en política exterior. Durante el periodo 2018-2021 se nombraron 14 embajadoras, 12 de las cuales representan al servicio exterior de carrera, y por primera vez mujeres estuvieron en los cargos de Subsecretaría de Relaciones Exteriores y Secretaria General de Política Exterior

De acuerdo a nuestra vocación antártica, en el marco del 56.º Consejo de Política Antártica, se anunció el Observatorio de Cambio Climático, que implica un trabajo colaborativo entre los ministerios de Relaciones Exteriores; Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación; Medio Ambiente; Defensa y Transportes y Telecomunicaciones y que instala una red de sensores a lo largo de la península Antártica, en un trabajo liderado por el Instituto Antártico Chileno. Asimismo, se

inauguró el primer sensor climático de la Red Latitudinal de Estaciones Multiparamétricas en la Estación Polar Científica Conjunta Glaciar Unión, y se actualizó la Política y Plan Estratégico 2021-2025, que se enmarca en la consolidación de la Política Antártica Nacional.

En materia consular, se ha continuado brindando asistencia y protección consular a los connacionales en Chile y en el exterior, protegiendo sus derechos y auxiliándolos en caso de emergencias, esfuerzos que adquieren particular relevancia debido a la pandemia de COVID-19. En otro ámbito, con el lema “Migración, integración y cooperación: Hacia una agenda migratoria regional”, Chile asume la Presidencia Pro Tempore de la Conferencia Suramericana sobre Migraciones (CSM), y se propone avanzar en la cooperación entre los Estados Suramericanos para profundizar la integración de la población migrante y refugiada en los países que forman parte de este proceso regional de consulta.

Finalmente, en términos institucionales, se llevaron a cabo las actividades necesarias para continuar con la elaboración y tramitación de los reglamentos contemplados en la ley 21.080. Al respecto, se publicó en el Diario Oficial el Decreto N° 41 que aprueba el Reglamento Orgánico de la Subsecretaría de Relaciones Exteriores, hito importante en la implementación de la Ley de Modernización de Cancillería.

Las acciones desarrolladas durante el año 2021 por esta Cancillería, dan cuenta de un trabajo continuo de Política Exterior que se ha desarrollado durante todo el periodo de gobierno, y el cual ha sido posible gracias al trabajo y compromiso de todas y todos los funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores, tanto en Chile como en el exterior.



Carolina Valdivia Torres  
Ministra de Relaciones Exteriores (s)

**Carolina Valdivia Torres**  
**MINISTRA DE RELACIONES EXTERIORES (s)**



## 2. Resumen Ejecutivo Servicio

El 01 de julio de 2019 se inicia una nueva fase para la institución: ProChile se transforma en un servicio público autónomo. Esto según la ley 21.080, sobre modernización del Ministerio de Relaciones Exteriores. La citada ley trajo consigo nuevos desafíos a la institución ya que amplió sus facultades, pasando de la tradicional promoción de exportaciones, al apoyo en el posicionamiento de la atracción de inversiones, la promoción del turismo y de la imagen país.

La creación de ProChile en 2019 como nuevo servicio público requirió la revisión de su misión, visión y objetivos estratégicos, así como también la definición de indicadores y metas (KPI: key performance index). Asimismo, la adopción de una estrategia de transformación digital impulsada estos últimos dos años nos ha permitido contar con información y herramientas para medir de forma objetiva los hechos que suceden en el comercio internacional y, de acuerdo con ellos, tomar decisiones estratégicas.

El trabajo de modernización del servicio también ha estado estrechamente relacionado a un proceso de cambio cultural interno en la institución, donde el mérito, el profesionalismo, las competencias y habilidades han permitido que los funcionarios y funcionarias de ProChile tengan mayores espacios para potenciar sus fortalezas. El compromiso de nuestros trabajadores en la implementación de nuestra estrategia 3.0 ha sido fundamental para los avances significativos que hemos logrado en estos últimos años de gestión.

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.

ProChile cuenta con una red internacional de más de 50 oficinas comerciales en mercados clave para las exportaciones chilenas y se encuentra presente en las 16 oficinas regionales en todo Chile, que se encargan de generar y facilitar la conexión entre la oferta y la demanda.

ProChile como el servicio técnico a cargo de la promoción de las exportaciones del país, ha pasado por distintas etapas de crecimiento y adaptación a las necesidades y exigencias del comercio internacional. Es por esto que desde el año 2018, las Pymes han estado en el foco de una

estrategia integral de promoción de exportaciones. Durante este periodo el emprendimiento, la innovación, la sostenibilidad, las empresas lideradas por mujeres, pueblos originarios, las industrias 4.0 y creativas, los servicios, la innovación alimentaria, el vínculo con los gremios, entre otros, han sido parte de los ejes transversales que mueven a la institución.

Durante el periodo 2018-2021, ProChile ha podido focalizar el trabajo con las empresas nacionales, equilibrando la balanza (exportador/ no exportador) permitiendo obtener los resultados esperados. Pudiendo identificar con mayor precisión la oferta de valor regional y posibles áreas en las que se requiera invertir para potenciar las exportaciones regionales. ProChile a la fecha a sumado a su trabajo un mayor número de empresas de tamaño PYME, pero con calidad de exportadora.

Los números avalan el trabajo de ProChile y la ayuda que brindan a las empresas nacionales. Los beneficiarios ProChile tienen un mejor desempeño ya que llegan a 7 mercados promedio vs. 2 mercados quienes no trabajan con nosotros y 6 productos exportados promedio por los beneficiarios vs. 4 productos promedio los no beneficiarios. Estos resultados nos impulsan a promover que más empresas trabajen con ProChile y puedan aprovechar las ventajas y beneficios de los servicios que ofrecemos. Estos valores se han mantenido estables durante el periodo 2019-2021, sin embargo el número de empresas exportadoras (Beneficiarias ProChile) ha sido mayor.

Desde el 2019 a la fecha, ProChile ha vivido un proceso de cambios, donde ha incorporado dentro de sus ejes estratégicos institucionales la transformación digital, estableciendo la modernización como un concepto transversal arraigado a la cultura organizacional. La adopción de la transformación digital como eje institucional, ha permitido dar un salto hacia el uso de la data en forma estratégica, tanto en el ámbito de gestión comercial, diseño de herramientas e implementación de programas y actividades, facilitando a la institución el establecimiento y diseño de métricas (KPI's), que permitan medir el impacto de la promoción de exportaciones en áreas emergentes como Servicios, Industrias Creativas, Innovación y Sostenibilidad. Durante el 2020 y 2021 se impulsaron cerca de 14 proyectos digitales que debemos seguir potenciando, algunas de las iniciativas que se han trabajado en el periodo 2018-2021 y están operativas son, Centro Digital del Conocimiento, One Click Import, Centro de Ayuda y Catálogo digital, entre otras. Esta Transformación Digital nos permite contar con más y mejor información que nos ayuda a tomar decisiones y adoptar mejoras en los servicios para nuestros beneficiarios.

Uno de los periodos que ha presentado más desafíos para la institución ha sido el periodo 2018-2021, en donde la gestión del cambio ha tomado protagonismo y hemos estado en un proceso de mejora constante para entregar un servicio superior a las empresas de nuestro país.

La construcción de metas 2022 institucionales tienen relación con medir los indicadores de número Beneficiarios Exportadores, número de Beneficiarios Pymex, Montos Exportados por Beneficiarios y Empleo, en términos de puestos de trabajo generado por las empresas beneficiarias.

A su vez en el 2022 comenzaremos a construir un plan de medición con cada una de las áreas transversales, para poder medir el impacto institucional y los avances concretos de las empresas apoyadas por estas unidades transversales.

En cuanto a los desafíos para el 2022, se han definido 4 puntos de trabajo en donde colocaremos el énfasis:

1. **ProChile Digital:** La Transformación Digital es uno de sus principales énfasis de trabajo. Durante el 2020 y 2021 se impulsaron cerca de 14 proyectos digitales que debemos seguir potenciando. Por tal motivo continuaremos trabajando para que las herramientas que hoy desarrollamos estén dentro de nuestra cultura organizacional, así como también en los servicios que ofrecemos a las empresas con las que trabajamos. En esto las capacitaciones juegan un rol fundamental. El proceso de Transformación Digital nos permite contar con más y mejor información que nos ayuda a tomar decisiones y adoptar mejoras en los servicios para nuestros beneficiarios.

1. **Aumento y diversificación de exportaciones:** Nos enfocaremos en servicios que permitan a las empresas exportadoras mantener y diversificar sus exportaciones. Adicionalmente, trabajaremos en mejorar las herramientas tradicionales que ofrecemos, procuraremos identificar nuevos compradores para nuestra oferta exportable, así como mejorar progresivamente el match entre las partes, para generar más y mejores resultados a las empresas participantes, en cuanto al aumento de exportaciones y diversificación de mercados. También es necesario realizar una mayor segmentación de las empresas para ofrecer servicios más específicos y a la medida de nuestros beneficiarios, así como también fortalecer el trabajo realizado en e-Commerce para que más empresas puedan participar del comercio internacional.

1. **Región y pymes:** Buscaremos articular un Plan de Internacionalización por región, que nos permita trabajar más de la mano con los Gobiernos Regionales. Existen regiones que cuentan con oferta con valor agregado e innovadora que es necesario identificar y segmentar para buscar las herramientas apropiadas para su internacionalización. Las acciones a desarrollar permitirán acelerar el proceso de internacionalización, no sólo de la nueva oferta identificada, sino de todas las empresas regionales y su territorio, enfocándonos en empresas con real potencial exportador.

1. **Desarrollo de Focos Estratégicos Transversales:** Para ser más competitivos a nivel internacional estamos trabajando en impulsar la innovación y el valor agregado, como también en implementar una política de sostenibilidad. De igual modo buscamos fortalecer el posicionamiento de la imagen de Chile, atraer inversión, insertarnos en las cadenas globales de valor y participar activamente en la implementación de la estrategia nacional de Hidrógeno Verde.

# 3. Resultados de la Gestión año 2018-2021

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

---

ProChile como el servicio técnico a cargo de la promoción de las exportaciones del país, ha pasado por distintas etapas de crecimiento y adaptación a las necesidades y exigencias del comercio internacional. Durante este periodo el emprendimiento, la innovación, la sostenibilidad, las empresas lideradas por mujeres, pueblos originarios, las industrias 4.0 y creativas, los servicios, la innovación alimentaria, el vínculo con los gremios, entre otros, han sido parte de los ejes transversales que mueven a la Institución.

Con la promulgación de la Ley 21.080 de Modernización de la Cancillería en marzo del 2018, ProChile inicia un trabajo institucional con la construcción de un ProChile 3.0, que integre las funciones de promoción, la imagen de Chile y la de atracción de inversión extranjera. Este trabajo iniciado, tanto interno como externo (beneficiarios y stakeholders) implicó ajustar la misión, visión y lineamientos estratégicos de ProChile 3.0, lo que fue implementado en el 2019, transformándose en un servicio público autónomo, la nueva Dirección General de Promoción de Exportaciones, perteneciente al Ministerio de Relaciones Exteriores, siendo el organismo público líder y de vanguardia que apoya la internacionalización de las empresas chilenas.

Teniendo en cuenta los profundos cambios que ha experimentado la oferta exportadora nacional y el comercio mundial, se definieron 6 ejes estratégicos de trabajo: Región y Pymes; Aumento y diversificación de exportaciones; Valor Agregado; Innovación y Emprendimiento; Imagen Chile; ProChile Digital. La implementación de cada uno de estos ejes permitirá avanzar en un mediano plazo hacia una matriz exportadora más sofisticada: más empresas, más mercados, productos con mayor valor agregado, mayor participación de servicios en la canasta exportadora.

Esta estrategia puso el foco en las pequeñas y medianas empresas exportadoras; en la internacionalización de la oferta innovadora y con valor agregado con miras a seguir diversificando la oferta chilena; se refuerza la gestión de las Oficinas Regionales y potencia su rol articulador local en la detección de la oferta exportable; destaca el trabajo de las Oficinas Comerciales en el mundo para conectar de forma permanente la oferta exportable con el mundo, y agrega la internacionalización del emprendimiento y la innovación chilena, con miras a posicionar a Chile en el ecosistema internacional.

El año 2020 estuvo marcado por la incertidumbre y las proyecciones negativas para las exportaciones, lo que obligó a redefinir la estrategia institucional y ajustar el presupuesto a la realidad y necesidades del país, en cuanto a metas y desafíos.

A raíz del impacto de la pandemia el rediseño del Servicio se aceleró, y obligó a redefinir los objetivos estratégicos de ProChile, con foco no sólo en aumentar las exportaciones y su valor agregado, sino también disminuir el impacto de la crisis en la economía, contribuir a la generación de ingresos y

empleo, y preparar al Servicio para la reactivación económica. Adicionalmente se propuso trabajar para potenciar un comercio exterior más inclusivo, sostenible y competitivo.

Sin duda el año 2020 estuvo marcado por la pandemia, y ProChile fue parte del enorme desafío que implicó apoyar a los exportadores chilenos en uno de los periodos más complejos de las últimas décadas. Para lograrlo se realizó un trabajo coordinado entre las distintas áreas de la institución, oficinas comerciales y regionales, y el sector privado. Como resultado ProChile identificó 17 mercados priorizados y puso a disposición distintas herramientas, en su mayoría virtuales, para impulsar al sector exportador y apoyar al cumplimiento de sus compromisos comerciales en el extranjero. Adicionalmente, y gracias a que desde el 2018 ProChile venía trabajando en su modernización, con estrategias y acciones concretas, pudimos responder de buena forma a los cambios que se requerían para mantener la continuidad en las exportaciones. Es así que se realizaron una serie de actividades virtuales para mantener a nuestros exportadores conectados con los mercados internacionales. Se realizaron ferias, capacitaciones, e-ruedas de negocios y el e-Commerce, entre otros, fueron las herramientas con las que logramos mantener los negocios de nuestras empresas beneficiarias permitiendo llevar los productos nacionales a los diversos mercados priorizados.

Durante 2020 y 2021 se revisaron los focos estratégicos incorporando políticas orientadas a un comercio más inclusivo y sostenible, además de apoyar la internacionalización de áreas emergentes, que aportan valor agregado y son reflejo del talento humano y las capacidades de Chile. Pusimos al centro de los focos estratégicos a los beneficiarios, incorporando sus necesidades como centro del trabajo institucional.

Los resultados del trabajo realizado en estos 6 ejes son:

### **1) Región y Pymes**

Desarrollo de un fuerte trabajo en terreno para la detección de la oferta exportable de bienes y servicios, con valor agregado e innovadora, que permita acelerar el proceso de internacionalización de las empresas regionales y del territorio, transformando a ProChile en un actor relevante en el ecosistema regional.

Durante el periodo 2018-2021, ProChile ha podido focalizar el trabajo con las empresas nacionales, equilibrando la balanza (exportador/ no exportador) permitiendo obtener los resultados esperados, pudiendo identificar con mayor precisión la oferta de valor regional y posibles áreas en las que se requiera invertir para potenciar las exportaciones regionales. ProChile a la fecha ha sumado a su trabajo un mayor número de empresas de tamaño Pyme, pero con calidad de exportadora.

Las regiones Metropolitana, Valparaíso y Maule, son las que concentran un mayor número de empresas beneficiarias exportadoras, representando un 63%, y las regiones con mayores montos exportados son Región Metropolitana, Los Lagos y Biobío, en donde se concentran el 57% de estas exportaciones. Del total de beneficiarios, el 44% son empresas Pymex.

### **2) Aumento y Diversificación de las Exportaciones**

Los números avalan el trabajo de ProChile y la ayuda que brindan a las empresas nacionales. Los beneficiarios ProChile tienen un mejor desempeño ya que llegan a 7 mercados promedio vs. 2 mercados quienes no trabajan con nosotros y 6 productos exportados promedio por los beneficiarios vs. 4 productos promedio los no beneficiarios. Estos resultados nos impulsan a promover que más empresas trabajen con ProChile y puedan aprovechar las ventajas y beneficios de los servicios que ofrecemos. Estos valores se han mantenido estables durante el periodo 2019-2021, sin embargo, el número de empresas exportadoras (Beneficiarias ProChile) ha sido mayor.

Nos hemos enfocado en servicios que permitan a las empresas exportadoras mantener y diversificar sus exportaciones. Actualmente, ProChile dispone de una amplia red de contactos con facilitadores del comercio en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, que a través de alianzas estratégicas (44 Convenios vigentes), se traducen en rebajas de tarifas de servicios, contraparte de contacto específico para nuestras empresas, asesorías, entre otros.

### **3) Innovación y Valor Agregado**

Hemos continuado nuestro trabajo de potenciar nuevos sectores exportadores vinculados fundamentalmente a Servicios e Industria 4.0 (proveedores), Industrias Creativas, así como, Alimentos con valor agregado. Las empresas atendidas por ProChile en 2021 del sector de Servicios fueron 1.251 empresas. Del total de estas empresas atendidas por ProChile en 2021, 271 corresponden a empresas exportadoras (22%), de las cuales 150 fueron Pymex. El crecimiento del trabajo con estas empresas exportadoras creció un 57%. Por su parte, en Industrias Creativas se trabajó con 654 empresas, de las cuales 121 eran empresas exportadoras (19%) y 39 Pymex, en este sector el trabajo con estas empresas exportadoras creció un 59%.

A su vez el área de Innovación ha tenido la estrategia de diseñar y apoyar la implementación de distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas de alto impacto, así como generar acciones de visibilización y difusión que posicionen a Chile como referente de Innovación y Emprendimiento a nivel mundial. Las distintas herramientas se orientan de acuerdo a las diferentes etapas de desarrollo en las que se encuentran las empresas, ya sean startups y/o scaleups.

Se han generado herramientas y programas que acompañan el proceso de internacionalización de empresas, que cuentan con soluciones de base tecnológica y un alto potencial de escalabilidad. Durante este periodo el trabajo en esta área se ha organizado en 4 grandes tipos de servicios: Market Entry Series, Speed Mentoring, Go Global y Bizmatch. Además de la definición de 6 acciones claves: Redes y Alianzas, Herramientas, Posicionamiento, Comunidad, ProChile Global X y Difusión.

Es por esto que en 2021 ProChile lanzó una plataforma de servicios llamado ProChile Global X, la que apoyará el ingreso y desarrollo comercial de soluciones de alto valor agregado a la región. A través de esta plataforma se buscará vincular con los principales actores del ecosistema europeo, además de potenciar la colaboración en tres líneas de: 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) y Soft Landing y Diversificación (que permita vincularnos con proveedores de los distintos servicios de softlanding, y al mismo tiempo, podamos 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).

### **4) ProChile Digital**

Desde el 2019 a la fecha, ProChile ha vivido un proceso de cambios, donde ha incorporado dentro de sus ejes estratégicos institucionales la Transformación Digital, estableciendo la modernización como un concepto transversal arraigado a la cultura organizacional. La adopción de la Transformación Digital como eje institucional, ha permitido dar un salto hacia el uso de la data en forma estratégica, tanto en el ámbito de gestión comercial, diseño de herramientas e implementación de programas y actividades, facilitando a la institución el establecimiento y diseño de métricas (KPI's), que permitan medir el impacto de la promoción de exportaciones en áreas emergentes como Servicios, Industrias Creativas, Innovación y Sostenibilidad. Durante el 2020 y 2021 se impulsaron cerca de 14 proyectos digitales que debemos seguir potenciando. Algunas de las iniciativas que se han trabajado en el periodo 2018-2021 y están operativas son, Centro Digital del Conocimiento, One Click Import, Centro de Ayuda, Catálogo Digital, relanzamiento Página Web, Aula Virtual, entre otras.



## **5) Sostenibilidad, Género y Pueblo Originarios**

Se trabajó en la primera Política de Sostenibilidad en la Institución, con visión a contribuir a la agenda 2030 de los ODS y sumar a ProChile a la acción climática global, la Política de Sostenibilidad cuenta con 18 iniciativas concretas para avanzar en 5 pilares de acción: Conducta responsable; Formación y sensibilización; Empresas conscientes; Gobernanza y Comercio sostenible. Además, la unidad creó el Test de Sostenibilidad que consiste en una herramienta de autodiagnóstico gratuita, permitiendo a todos nuestros beneficiarios medir su estado de gestión sostenible a lo largo de cadena de su producción y exportación. Se conformó el Consejo de Sostenibilidad, junto a 11 de los más destacados representantes del sector privado y público. Y finalmente junto al Ministerio de Energía y la Cancillería, ProChile tomó el rol en la internacionalización de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde.

A su vez ProChile se ha propuesto el objetivo de generar un comercio internacional más inclusivo, teniendo como uno de sus principales focos estratégicos el empoderamiento económico femenino y el desarrollo económico de los Pueblos Originarios de Chile en el ámbito exportador. Es por eso que hace cinco años creó el programa Mujer Exporta, que contempla un conjunto de acciones diseñadas especialmente para impulsar, desarrollar y fortalecer el trabajo de empresas exportadoras o con potencialidad exportadora lideradas por mujeres. A través del Programa Mujer Exporta desde el 2018 se han beneficiado más de 1.500 empresas lideradas por mujeres con quienes hemos trabajado en 3 pilares: Formación, Internacionalización, Vinculación y Posicionamiento.

El 2021 se han realizado acciones de formación: entre las cuales están el Plan Piloto UPS, Women in Tech. Acciones de internacionalización: Feria Virtual ME, Programa Axort, Expo Dubai y Acciones de posicionamiento: Unboxing Mujeres en Latinoamérica y Plataforma activa empresarias. Es a su vez importante destacar el camino iniciado por la institución el 2021 para contar con la certificación Norma NCH 6262 “Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la vida laboral, personal y familiar”, siendo uno de los pocos servicios públicos que pueden contar con esta distinción. Lo anterior se refuerza con la firma de un convenio con el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, mediante el cual las partes se comprometieron a apoyar la difusión y acercar la información a las empresas para obtener la certificación de la Norma Chilena 3262 y, una vez cumplidos los requisitos, que éstas puedan postular y obtener el Sello Iguala.

Y por último en ProChile trabajamos por reconocer, revalorizar y compartir con el resto del mundo la cultura indígena presente a lo largo de todo el territorio de nuestro país. En un trabajo colaborativo junto a otros organismos públicos y privados, continuaremos desarrollando programas de formación, como el que tenemos con CONADI donde el trabajo conjunto ha permitido beneficiar a más de 60 empresas.

## **6) Imagen de Chile, Inversión y Turismo**

ProChile busca apoyar la realización de acciones de promoción y posicionamiento a través de la red de Oficinas Comerciales de Chile en el mundo y de las Oficinas Regionales en nuestro país, que permitan fortalecer la Imagen de Chile y su oferta exportable de bienes y servicios, la atracción de inversión extranjera, el turismo y la inversión chilena en el exterior. Durante 2021, producto de un trabajo colaborativo entre el sector público y privado, se desarrolló la campaña digital “Unboxing Chile” cuyo objetivo fue promocionar e incentivar en Estados Unidos y China, el consumo de productos y servicios chilenos, como confiables, sustentables y de calidad, amplificando la campaña a otros mercados a través de las más de 50 Oficinas Comerciales de ProChile, 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. En total, la campaña implementada entre junio y diciembre de 2021, tuvo un alcance de



128.6 millones de personas. También durante 2021 comenzó la participación de Chile en EXPO 2020 DUBAI donde nuestro país ha dado a conocer al mundo su aporte en innovación, sostenibilidad y seguridad alimentaria, a través de una variada oferta exportable con alto valor agregado.

En el año 2021, ProChile da el paso para estar a la altura de las agencias de promoción de comercio más modernas al incorporar un programa piloto sobre Cadenas Globales de Valor (CGV), encadenamientos productivos y apoyo a la atracción de inversión extranjera directa (IED), acorde con las tendencias y coyuntura del comercio internacional. En cuanto a impulsar la participación de empresas chilenas en las CGV se ha trabajado en un proyecto para promover la oferta exportable de empresas chilenas en segmentos de las CGV, aprovechando la tendencia mundial a diversificar los procesos productivos y acercarse a los mercados finales (nearshoring), especialmente empresas de Estados Unidos y Canadá.

En cuanto a inversiones, se está trabajando con foco en las regiones, en coordinación con los gobiernos regionales e InvestChile, para apoyar proyectos privados exportadores detectados por las oficinas regionales y que pueden tener alto impacto en el desarrollo regional y el empleo. También se apoyarán las empresas chilenas que invierten fuera del país.

ProChile tiene como objetivo colaborar en la promoción y difusión en el exterior del turismo y en la atracción de la inversión extranjera hacia Chile. Como importante hito, y gracias a la alianza entre ProChile, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo, durante el 2021 nuestro país fue el anfitrión de una feria sin precedentes para el ámbito turístico nacional: Chile Virtual Expo Tourism, evento 100% online que convocó a 201 expositores nacionales —entre ellos, turoperadores, agencias de viajes, convention bureaus y otros-, que mostraron al mundo los atractivos turísticos del país.

### **Creación de Indicadores y Medición de Resultados**

La creación de ProChile en 2019, como nuevo servicio público, requirió la revisión de su misión, visión y objetivos estratégicos, así como también la definición de indicadores y metas (KPIs). Asimismo, la Transformación Digital impulsada estos últimos dos años nos ha permitido contar con información y herramientas para medir de forma objetiva los hechos que suceden en el comercio internacional y, de acuerdo con ellos, tomar decisiones estratégicas.

Se definieron cuatro KPI generales, que monitorean los resultados del trabajo realizado por cada oficina regional e internacional y la contribución que la institución realiza a la reactivación económica, de la cual, estamos convencidos, tenemos mucho que aportar: Beneficiarios exportadores, Beneficiarios Pymex, Montos exportados y Empleo.

Para estos indicadores se definieron metas de corto, mediano y largo plazo, de acuerdo con los resultados que esperábamos alcanzar.

ProChile comenzó trabajando el 2018 con 1.853 empresas exportadoras, representando solo el 28% de cobertura a nivel nacional, cuyos montos exportados fueron de US\$ 19.914 millones, siendo el 55% del total exportado, 806 empresas Pymex y 438.382 puestos de trabajo generados por estas empresas.

Para el 2020 se definen metas de cobertura con un crecimiento moderado, al ser primer año de fijación, pero con resultados más ambiciosos en los próximos años. Se proyecta para el 2025 llegar a un 40% de cobertura de exportadores, 50% en Pymex y que el 65% de lo que exporta Chile provenga de nuestros beneficiarios. Pero la llegada de la pandemia nos obligó a ajustar nuestras metas 2020, en función de las proyecciones de impacto que la pandemia provocaría en las exportaciones nacionales. Según datos del Banco Central se esperaba una contracción del comercio nacional de un 16% aproximadamente. Sin embargo, los buenos resultados de la gestión realizada en 2020, acompañado de los mejores resultados obtenidos en el comercio internacional, nos permitió cumplir nuestras metas ese año, incluso más allá de lo propuesto a comienzos de año.

Con estos buenos resultados, y las proyecciones de recuperación del desempeño comercial en los mercados, nos permitió, de cara al mediano plazo, fijar metas más ambiciosas, y acortar el horizonte de realización al 2023 (en reemplazo del 2025). Es así, que ProChile se propone para el 2023 llegar al 45% del total de las empresas exportadoras a nivel nacional, 50% de las pymes exportadoras, 83% del total de los montos exportados (no cobre), y que estas empresas generen más de 600 mil puestos de trabajo.

Podemos decir que la institución durante el periodo 2018-2021 ha tenido una gestión de alto desempeño, ya que aumentamos en un 37% las empresas beneficiarias exportadoras con las cuales trabajamos, 55% los montos exportados por los beneficiarios, 40% más de beneficiarios Pymex y 26% más en empleo generado por estas empresas. Lo anterior, en base a un aumento en la agilidad de la gestión, poniendo en el centro al beneficiario y obteniendo resultados de calidad, lo que ha permitido una mejora continua por parte de la institución.

#### EVOLUTIVO 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
<b>Beneficiarios Exportadores</b>	1.853	1.977	2.091	2.542
% cobertura nacional	28%	30%	34%	42%
<b>Beneficiarios Pymex</b>	806	1.002	979	1.125
% cobertura nacional	26%	34%	38%	44%
<b>Montos Exportados</b>	19.914	19.632	20.339	30.894
% cobertura nacional	55%	57%	63%	81%

<b>Empleo</b>	438.382	410.000	385.882	551.794

## Resultados Beneficiarios ProChile 2021

El propósito de ProChile se ha cumplido con creces. Así lo demuestran los positivos resultados obtenidos durante el año 2021 en comparación al 2020, observando un notorio aumento en los beneficiarios exportadores 22%, montos exportados 51% y empleo 42%. Pudiendo ver los primeros indicios de una reactivación económica a nivel nacional.

Uno de los principales ajustes estratégicos de 2021 fue aumentar el trabajo con empresas exportadoras, con el objetivo de focalizar nuestros esfuerzos, la inversión y generar un mayor impacto en la reactivación económica, y en esta línea mantenemos un gran desafío de mayor focalización: el 45% de las empresas con las que trabajamos son exportadoras.

ProChile el año 2021 trabajó con 5.600 empresas de las cuales 2.542 son empresas exportadoras, que representan el 42% de los exportadores de bienes y servicios no cobre, y que generaron el 81% del monto exportado. 1.125 empresas corresponden a Pymex, que representan el 44% del total a nivel nacional y con el 66% del total exportado. En cuanto al empleo, las empresas beneficiarias ProChile generaron 551.794 plazas, representando el 60% a nivel nacional, según cifras de trabajadores declaradas en SII año 2019\*.

El resultado anterior se debe a la gestión tanto de nuestras oficinas comerciales como regionales, las cuales también cuentan con indicadores propios.

En el caso de las oficinas en el exterior, de las 54 oficinas que se miden, 31 (57%) cumplieron en un 100% las metas y las restantes 23 (43%) alcanzaron un cumplimiento de las metas entre un 92,8% y 99,9% de lo comprometido para el año, lo que muestra un alto desempeño general por parte de las oficinas comerciales. Se destaca que la red en su conjunto logró trabajar con un total de 4.427 empresas extranjeras beneficiarias y 2.933 empresas chilenas beneficiarias, de las cuales el 45% son exportadoras, siendo muy importante su contribución a la gestión institucional.

En cuanto a las oficinas regionales y su desempeño, las regiones que cumplieron todas sus metas fueron Aysén, Magallanes, Ñuble, Antofagasta, Atacama y Coquimbo representando el 38% del total de oficinas a nivel nacional.

¿Cuál es la caracterización de las empresas exportadoras beneficiarias 2021?

- El 63% de los beneficiarios son de agroalimentos, con el 56% de los montos exportados a nivel nacional. Dentro de los otros macrosectores tenemos: 21% de beneficiarios en Industrias 4.0 (35% de montos exportados a nivel nacional), 11% de beneficiarios en Servicios (6% montos exportados a nivel nacional) y 5% de beneficiarios en Economías Creativas (menos del 1% en montos exportados a nivel nacional).
- Del total de beneficiarios, el 44% son empresas Pymex y el 42% son grandes. (El 14% restante representa a empresas micro o sin información de su tamaño).
- Los principales destinos de exportación en los mercados priorizados por volumen fueron Estados Unidos y China, representando en conjunto el 46% de los montos exportados

(MMUS\$14.364). En el caso de los destinos priorizados por oportunidad, los principales mercados fueron Reino Unido y Colombia, cuyos envíos para ambos mercados totalizó US\$ 956 millones.

- Las regiones con mayor cantidad de beneficiarios exportadores son Metropolitana, Valparaíso y Maule (63%), mientras que los mayores montos exportados se encuentran en las regiones Metropolitana, Los Lagos y Biobío (57%).
- Las empresas que apoya ProChile tienen un mejor desempeño exportador llegando a: 7 mercados promedio vs. 2 mercados los no beneficiarios y 6 productos exportados promedio vs. 4 productos los no beneficiarios.

Estos resultados se deben a las actividades implementadas en el año, pero también, y en gran medida, al trabajo virtuoso entre oficinas comerciales (OFICOM), oficinas regionales (OFIREG), macrosectores, gremios y empresas (beneficiarios en el centro de la estrategia) para potenciar los servicios de gestión que ofrece la Institución.

A nivel macrosectorial se obtuvieron positivos resultados:

- **Agroalimentos** es el sector que más aporta en beneficiarios con un 49%, exportando MMUS\$17.186, pudiendo generar cerca de 306.074 plazas de empleo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana, Maule y Valparaíso. Predominan los subsectores de Vino tinto, Cerezas Frescas y Uvas frescas y exportan a los mercados de Estados Unidos, China y Brasil.
- **Industrias 4.0** aporta el 17% de los beneficiarios exportadores, exportando MMUS\$13.445, pudiendo generar cerca de 151.751 plazas de empleo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana, Bio Bio y Valparaíso. Predominan los subsectores de Maquinaria Mecánica, Productos de Hierro y Acero y Madera Aserrada y/o Cepillada y exportan a los mercados de Perú, Argentina y Estados Unidos.
- **Servicios** aporta el 22% de los beneficiarios exportadores, exportando MMUS\$241, pudiendo generar cerca de 81.117 plazas de empleo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana Valparaíso y Bio Bio. Predominan los sectores de TICS, Logística e Ingeniería y exportan a los mercados de Perú, Estados Unidos y Colombia.
- **Industrias Creativas** aporta el 12% de los beneficiarios exportadores, exportando MMUS\$20, pudiendo generar cerca de 12.852 plazas de empleo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana, Valparaíso y Magallanes. Predominan los sectores de Audiovisual, Editorial y Videojuegos y exportan a los mercados de Estados Unidos, España y México.

\*Base de Servicios de Impuestos Internos 2019, utilizada para obtener tamaño de empresas y número de trabajadores.

## **Respecto a los Compromisos Presidenciales, establecidos en el año 2018, podemos señalar:**

### **1.- Desarrollar actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los Estados de la Alianza del Pacífico.**

Chile ha puesto esfuerzo en conjunto con los demás Estados, en consolidar a la Alianza del Pacífico como un referente regional, la cual pueda enfrentar los desafíos del comercio internacional, fortalecer la integración con otros mecanismos regionales, incentivar el intercambio comercial con los países de

América Latina y un acercamiento a mercados estratégicos de la región Asia Pacífico, así como también en la implementación de nuevas iniciativas. Es por ello que uno de los compromisos del programa de gobierno fue desarrollar actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los Estados de la Alianza del Pacífico, siendo las agencias de promoción pieza clave en la materialización de dichas políticas comerciales.

En el marco de la Macro Rueda de Negocios en Oaxaca (México), se definió la iniciativa de elaboración de una cartilla informativa de la Alianza del Pacífico, la cual contiene información específica de promoción comercial, inversión y turismo con la colaboración de todas las agencias de promoción. Cuyo producto final fue entregado el 2020 por medio de un boletín mostrando los principales resultados de las actividades de promoción comercial realizadas. Respecto a la participación en reuniones anuales, se llevaron a cabo 15 reuniones del Grupo Técnico de Agencias de promoción de la Alianza del Pacífico.

## **2.- Evaluar un rediseño de la política de promoción de exportaciones e inversiones, incluyendo la transformación de la Direcon en la Subsecretaría de Relaciones Económicas.**

En abril de 2020, la institución realizó un proceso de reformulación de sus lineamientos estratégicos a fin de hacer frente al escenario crítico de menores recursos asociados a la promoción, pero también con el foco en el cliente.

Como resultado se obtuvo un trabajo de segmentación de los servicios de ProChile de acuerdo con los diferentes niveles que un cliente (empresa beneficiaria de servicios de ProChile) presenta en su desarrollo exportador.

## **3.- Potenciar el trabajo desde regiones para incorporar elementos regionales estratégicos en la promoción de exportaciones.**

Durante el año 2021, se ha potenciado el trabajo entre ProChile y empresas con el fin de conocer los problemas, sugerencias y actividades para fortalecer el tejido exportador y sus cualidades regionales, atendiendo a tiempos de pandemia y sus particularidades, para ello se definió la participación en mesas de trabajo regional y la realización de la menos un Consejo Exportador en cada una de las regiones, para levantar la oferta exportable nacional y potenciar la internacionalización de las empresas.

Se han realizado 18 Consejos Regionales Exportadores (CRE). Adicionalmente, y como una forma de aunar experiencias y similitudes exportadoras y geográficas, se realizaron durante el 2021, 8 CRE Macro zonales, esto corresponde a 2 por cada Macrozona.

## **4.- Priorizar programas y actividades de promoción con foco en los servicios y desarrollar programas enfocados en las pymes exportadoras.**

Para dar cumplimiento a esta iniciativa se trabajó en 3 líneas: 1) Evaluar los instrumentos y programas de ProChile para focalizar la gestión con las pymes exportadoras, según corresponda: para ello, se diseñó el programa ProChile a tu Medida, programa creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación, específicamente, de las Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (PYMEX) en el mercado internacional. 2) Concurso Silvoagropecuario, Servicios e Industrias 3) Participación en acciones de capacitación y promoción comercial.

Durante este periodo ProChile ha ido incrementado progresivamente el trabajo con empresas pymex, pasando de 806 empresas pymex en 2018 a 1.125 pymex en 2021, es decir, un 40% de aumento.

#### **5.- Rediseñar ProChile 3.0 como promotor de exportaciones, inversiones e Imagen País.**

El rediseño de ProChile 3.0 comprendió la revisión de la misión, visión, estructura orgánica y funcional de la Institución, pero también consideró el levantamiento de opinión por parte del sector privado, que permitiera obtener un diseño del nuevo Servicio acorde a las necesidades del sector exportador, y nos permita ser un referente como institución proveedora de servicios para apoyar la internacionalización de las pymes.

Un avance importante en este sentido es la incorporación de los concursos de Alta Dirección Pública para la selección de las principales autoridades dentro de la Institución. Este proceso se encuentra concluido para la Dirección Nacional, Jurídica, Administrativa y 4 Direcciones regionales macrozonales.

Adicionalmente, al inicio de la pandemia, ProChile realizó ajustes a su estrategia de trabajo con las empresas, de modo de ajustar los servicios entregados a nuestros beneficiarios, y que les permitiera enfrentar la crisis nacional e internacional que significó el COVID 19.

## 3.2 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 los mercados internacionales. Durante el 2018-2021 las Oficinas Comerciales de ProChile han elaborado más de 800 estudios.

#### Estudios Elaborados por las Oficinas Comerciales el 2018-2021

<b>Zona Geográfica</b>	<b>Sectoriales</b>	<b>Transversales</b>	<b>Claves para hacer negocios</b>	<b>Total</b>
<b>América</b>	169	66	112	347
<b>Asia y Oceanía</b>	103	36	90	229
<b>Europa, África Y Medio Oriente</b>	87	38	106	231
<b>Total</b>	359	140	308	807

### • 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 sustentable en el largo plazo. Durante el 2018-2021 se han beneficiado aproximadamente 4.700 empresas con más de 268 actividades de capacitación y 44 Convenios y 721 empresas beneficiadas.

---

En 2021 el área de Convenios, y considerando la necesidad de generar una red de contactos con facilitadores del comercio en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, se focalizó trabajo en 2 tipos de Convenios:

a) 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. Los beneficios directos se traducen hoy en rebajas de tarifas de servicios, contraparte de contacto específico para nuestras empresas, asesorías, entre otros. El número de Convenios firmados llegó a 44, un 36% más que el año anterior.

b) Convenios de apoyo a la gestión institucional que implica los vínculos formales de distintas áreas de ProChile con contrapartes de su ecosistema, facilitando y acelerando el desarrollo de las empresas. El acceso de las empresas es por Convocatorias y programas especiales de las distintas unidades. El trabajo amplio con Convenios consideró además la implementación de una campaña en RR.SS., la difusión mediante mailing de cada Convenio, la realización de webinars de difusión y capacitación.

El área de Capacitación focalizó su trabajo 2021 en el rediseño e implementación de actividades en modalidad virtual (Talleres, Ciclos y Cursos) de manera de lograr una mayor cobertura y alcance a nivel nacional, integrando contenidos y expertos que apoyarán a las empresas en la adecuación de sus planes de negocios, dada la situación de la economía global. Así, se priorizó el trabajo con sectores y mercados a fin de abordar las oportunidades comerciales desde el punto de vista de los procesos que deben enfrentar las empresas, potenciando resultados de cortos plazos. Así mismo se trabajó en materias específicas como e-Commerce, ventas y marketing, certificaciones, entre otras, como también se desarrolló material de apoyo audiovisual, que estuvo disponible en la web institucional.

Durante el segundo semestre se desarrolló el Proyecto Piloto del Aula Virtual, consistente en un Programa de Formación en Gestión Internacional, en modalidad Learning Management System (LMS) o sistema de gestión de aprendizaje, orientado a empresas exportadoras, asociadas al mundo exportador y personas. Este programa se integró por 3 cursos en el 2021 en formato sincrónico en los meses de octubre a diciembre y logró un gran interés con más de 320 solicitudes de participación. Finalmente, y dado los cupos, 98 personas terminaron el proceso de formación. Los cursos que se dictan fueron Inteligencia de Mercado, Innovación para la Internacionalización, e-Negocios.

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

Bajo este producto se desarrollan acciones destinadas a apoyar el proceso de internacionalización de las empresas chilenas, para lograr nuevos contactos comerciales, cierre de negocios, y/o diversificación de mercados de destino; para ello, se pone a disposición un pool de herramientas tales como participación en Ferias Internacionales, Misiones Comerciales, Ruedas de Negocios, traída de importadores, entre otros.

#### **Circuito de Enexpros:**

Entre 2018-2021 se han realizado 23 Enexpros, todas con muy buenos resultados.



El circuito de Enexpors 2021 arrojó los siguientes resultados:

- 939 empresas exportadoras
- 853 importadores
- 2.948 reuniones de negocios
- 211 millones en proyecciones de negocios
- 99.36% Satisfacción

## **Encuentro de Negocios:**

Los encuentros de negocios tienen por objetivo contribuir a incrementar, potenciar y fortalecer las relaciones comerciales entre Chile y los demás países, considerando ámbitos que son relevantes como el comercio y el turismo, así como compartir experiencias en materias de interés institucional como son la innovación y la atracción de inversiones. Se han realizado más de 75 encuentros de negocios, pudiendo beneficiar a más de 2.000 empresas chilenas.

Algunos encuentros destacados en 2021 fueron:

Encuentro Empresarial Chile - Brasil

- •N° de empresas participantes nacionales: 146
- •N° de empresas participantes extranjeras: 112
- •Negocios Proyectados: US\$ 24.592.924

Encuentro de Negocios Chile - Colombia

- N° de empresas participantes nacionales: 363
- N° de empresas participantes extranjeras: 279
- Negocios Proyectados: US\$ 134.000.000.
- Se firmaron 2 MoU, el primero de ellos entre ProChile y ProColombia y el segundo entre ProChile y Ruta N.

Encuentro LATAM

- N° de empresas participantes nacionales: 119
- N° de empresas participantes extranjeras: 165
- Negocios Proyectados: US\$ 7.500.000.

## **Chile Week:**

Chile Week busca mantener y/o crecer en el mercado chino, apoyando a empresas que hoy están haciendo negocios en dicho país, a través de empresas chilenas ya instaladas en el mercado, así como a importadores de productos chilenos en su gestión comercial, a objeto de atraer nuevas oportunidades comerciales para las empresas, fidelizar a sus clientes y aumentar su identificación con nuestra marca país, de manera que estas acciones puedan incidir en nuevas importaciones. Solo durante el año 2020 no se realizó esta acción de promoción comercial.

Chile Week China 2021 se realizó en Beijing, Shanghai y Chengdú, contó con la participación de 20 empresas nacionales y 183 empresas extranjeras, Negocios Proyectados por US\$ 1 millón.

## **Chile Connected:**

Programa integral y a la medida que apunta a desarrollar un trabajo personalizado con cada una de las empresas participantes, abarcando dos etapas:

- Mentoría (preparación para el mercado)
- Reuniones de negocios.

Se han beneficiado durante los años 2020-2021 a 543 empresas nacionales con montos proyectados de más de 11.7 millones de dólares.

Durante todo el proceso, las empresas participantes son acompañadas por una Oficina Comercial de ProChile en América del Norte, junto con los socios estratégicos con quienes se trabajó en cada mercado, para poder acercarlos a la generación de negocios.

En 2021 los resultados fueron los siguientes:

- N° de empresas participantes nacionales: 68 (15 Industrias Creativas; 23 Innovación Alimentaria; 30 Innovación y Servicios)
- N° de empresas participantes extranjeras: 72 (41 Industrias Creativas; 28 Innovación Alimentaria; 3 Innovación y Servicios Miami)
- Negocios Proyectados: US\$ 2.464.000.-

## **Ferias Internacionales:**

Las ferias permiten el contacto del exportador con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión, generando relaciones comerciales de alto impacto y de larga data. Asimismo, son instancias para encontrar la mejor fuente de información sobre el sector productivo al que pertenece, identificar a la competencia y entender a los mercados. También son la vitrina ideal para lanzar nuevos productos y/o servicios. Esto, sumado a la presencia de visitantes extranjeros, convierte a las ferias en una excelente herramienta de fomento para el desarrollo e internacionalización.

Desde el 2018-2021 ProChile ha participado en 121 ferias internacionales, beneficiando a cerca de 1.900 empresas nacionales. Entre enero y diciembre 2021, ProChile participó en 23 ferias internacionales, en formato presenciales y virtuales, entre las cuales se encuentran Feria Anuga, Feria China Fisheries & Seafood Expo, Feria Fil Frankfurt, Feria Tokyo Games Show 2021, Feria NY Now, entre otras.

## **Concursos:**

Concurso público creado para fomentar las exportaciones, a través del cofinanciamiento y apoyo en la gestión de diferentes proyectos, dirigida especialmente a Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (PYMEX).

Fondos Concursables Sectoriales: apoyan la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2021, se asignaron recursos públicos de acuerdo al siguiente detalle:

SECTOR	GREMIOS BENEFICIADOS	INVERSIÓN PÚBLICA
Silvoagropecuario	17	1.499.110.134
Industrias Creativas	8	142.408.000

Servicios	6	88.775.000
-----------	---	------------

Fondos Concursables Empresariales: apoyan estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización. Durante 2021 se asignaron recursos públicos, según la siguiente distribución:

SECTOR	EMPRESAS BENEFICIADOS	INVERSIÓN PÚBLICA
Silvoagropecuario	65	730.013.209
Industrias Creativas	24	239.081.000
Servicios	21	180.801.500

La distribución geográfica de los fondos concursables empresariales adjudicados para ejecución en año 2021 se detalla a continuación. Distribución Sectorial de los Fondos Regionales Asignados 2021.

REGIÓN	INDUSTRIAS CREATIVAS	SERVICIOS	SILVOAGROPECUARIO	TOTAL REGIONAL %
Región Metropolitana	173.811.000	132.598.500	220.709.925	45,84%
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	-	-	139.207.050	12,11%
Región de Ñuble	-	-	115.277.500	10,03%
Región del Maule	10.800.000	10.640.500	71.385.500	8,07%
Región de Valparaíso	18.200.000	10.498.000	57.691.734	7,51%

Región de Arica y Parinacota	15.145.000	11.700.000	21.384.000	4,19%
Región de Los Ríos	-	5.850.000	25.080.000	2,69%
Región de Coquimbo	-	4.620.000	25.850.000	2,65%
Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campos	10.725.000	-	14.950.000	2,23%
Región del Biobío	-	4.894.500	16.850.000	1,89%
Región de Los Lagos	-	-	11.700.000	1,02%
Región de Tarapacá	10.400.000	-	-	0,90%
Región de Magallanes y La Antártica Chilena	-	-	9.927.500	0,86%
Total general	239.081.000	180.801.500	730.013.209	100%

### **ProChile a tu Medida:**

Programa creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación especialmente de las pymes exportadoras en el comercio internacional. El programa busca transformar a las empresas exportadores incipientes e intermitentes en exportadores continuas, además de aumentar sus exportaciones en volumen y/o valor y diversificar sus mercados de destino en el mediano plazo.

ProChile a Tu Medida comenzó en 2019 como programa piloto en cinco regiones del país (Metropolitana, Valparaíso, Maule, Biobío y Los Lagos) y benefició a 25 empresas exportadoras. Para el año 2020 se aumentaron los cupos a 80 empresas (20 de ellos sólo para empresas exportadoras lideradas por mujeres), incluyendo a todas las regiones del país y haciendo un especial llamado a las pequeñas y medianas empresas exportadoras.

En diciembre de 2021 se realizó una convocatoria, con 60 cupos disponibles, con foco en la PYME exportadora, pero permitiendo la participación de microempresas y de empresas grandes (hasta 600 UF de ingresos anuales) -

pero con un menor puntaje en la matriz de evaluación-. La convocatoria cerró con 145 postulaciones recibidas, de las cuales 92 pasaron el examen de admisibilidad, las que se encuentran actualmente en etapa de evaluación.

## **Imagen de Chile:**

ProChile busca apoyar la realización de acciones de promoción y posicionamiento a través de la red de Oficinas Comerciales de Chile en el mundo y de las Oficinas Regionales en nuestro país, que permitan fortalecer la Imagen de Chile y su oferta exportable de bienes y servicios, la atracción de inversión extranjera, el turismo y, la inversión chilena en el exterior. Durante 2021, producto de un trabajo colaborativo entre el sector público y privado, se desarrolló la campaña digital “Unboxing Chile” cuyo objetivo fue promocionar e incentivar en Estados Unidos y China, el consumo de productos y servicios chilenos, como confiables, sustentables y de calidad, amplificando la campaña a otros mercados a través de las más de 50 Oficinas Comerciales de ProChile, 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. En total, la campaña implementada entre junio y diciembre de 2021, tuvo un alcance de 128.6 millones de personas.

También durante 2021 comenzó la participación de Chile en EXPO 2020 DUBAI donde nuestro país ha dado a conocer al mundo su aporte en innovación, sostenibilidad y seguridad alimentaria, a través de una variada oferta exportable con alto valor agregado. En estos 6 meses, además, se ha puesto foco en visibilizar un país diverso y multifacético, a través de la conexión entre nuestro pabellón con la Antártica, el desierto florido, sus vinos y gastronomía, y los distintos representantes de regiones que han participado en las actividades comerciales que ProChile ha organizado, como coordinador de la presencia de Chile en la Expo y que ha permitido generar más de 1.000 reuniones para empresas e instituciones chilenas.

## **Marcas Sectoriales:**

Es el Programa de ProChile que apoya a los sectores productivos chilenos a fortalecer su posicionamiento internacional, a través del diseño e implementación de marcas sectoriales representativas de sectores productivos nacionales que contribuyan a la imagen de Chile en el exterior. Este programa es un ejemplo elocuente de cómo los diversos sectores pueden trabajar conjuntamente para potenciar la imagen de Chile como proveedor confiable de productos y servicios en el mundo. Pero no sólo busca la asociatividad entre privados, sino que este programa exige el trabajo conjunto público-privado, lo que permite construir una marca paraguas para la promoción internacional de los sectores exportadores nacionales y que ésta sea sostenible en el tiempo. Esta herramienta acompaña a las marcas desde su creación, las ayuda a identificar las características que las diferencian, a generar su relato y a elegir los mercados hacia donde llevar sus productos. Se trata entonces de un trabajo de largo plazo, que además les permite a las marcas apoyarse en la reputación que ya tiene Chile como un país seguro y confiable. Durante los años 2018-2021 se han apoyado a más de 17 marcas activas y 15 gremios.

En 2021 se trabajó con 17 marcas activas (2 de Servicios, 5 de Industrias Creativas y 10 de Agroalimentos), de las cuales 13 tuvieron proyectos vigentes, en los que participan 12 gremios y 25 instituciones de educación superior.

## **Turismo:**

ProChile tiene como objetivo colaborar en la promoción y difusión en el exterior del turismo y en la atracción de la inversión extranjera hacia Chile. Lo anterior, permitirá promover la internacionalización de empresas turísticas del país en regiones foco y la reactivación de la industria. El año 2021 se realizaron un conjunto de acciones de promoción internacional de productos y empresas turísticas, gracias a la alianza entre ProChile, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo para: aumentar la llegada de turistas extranjeros, el gasto turístico en Chile, extender la estadia y reducir la estacionalidad. En este contexto se desarrollaron en 2021 múltiples acciones entre las cuales es posible destacar:

- Primera Expo Feria Virtual Expo Tourism, con más de 1.300 asistentes de 36 diferentes países.

- Ruedas de Negocios para Turismo en el marco de Encuentros con Brasil, Colombia, Perú y Estados Unidos, que permitieron la conexión de empresas de turismo chilenas con sus contrapartes.
- Capacitaciones a las empresas chilenas oferentes de servicios turísticos respecto los visitantes de Argentina, Perú, Colombia e Italia.
- Inclusión del Turismo en Expo Dubái y otras ferias internacionales.
- Activación y participación en mesas de trabajo publico/privadas para: a.- Atracción de Inversiones Turísticas b.- Turismo Indígena c.- Imagen Chile.

## **Sostenibilidad:**

Se trabajó en la primera Política de Sostenibilidad en la Institución, con visión a contribuir a la agenda 2030 de los ODS y sumar a ProChile a la acción climática global, la Política de Sostenibilidad cuenta con 18 iniciativas concretas para avanzar en 5 pilares de acción. Además la unidad creó el Test de Sostenibilidad que consiste en una herramienta de autodiagnóstico gratuita, permitiendo a todos nuestros beneficiarios medir su estado de gestión sostenible a lo largo de cadena de su producción y exportación. Se conformó el Consejo de Sostenibilidad, junto a 11 de los más destacados representantes del sector privado y público. Y finalmente junto al Ministerio de Energía y la Cancillería, ProChile tomó el rol en la internacionalización de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde, sumando para el año 2022 a más oficinas comercial y regionales en dicha tarea.

## **e-Commerce:**

Logramos que nuestros beneficiarios ingresen, se posicionen y se desarrollen en los marketplaces internacionales más importantes del mundo, a través de la materialización de alianzas con marketplaces como Alibaba, convenios con aceleradoras e-Commerce y un aumento importante de programas de e-landing y aceleración. Desde el año 2019 a la fecha, la unidad ha beneficiado a más de 2.000 empresas exportadoras. En 2021 los resultados fueron los siguientes:

- 4 convenios firmados con marketplaces.
- 18 colaboraciones con marketplaces.
- 2 convenios con aceleradoras firmados.
- 13 programas de aceleración con e-landing.
- Más de 240 beneficiarios.

## **Innovación:**

El trabajo en esta área tiene como objetivo potenciar a las empresas chilenas innovadoras de alto impacto que cuenten con productos y servicios basados en tecnología. Queremos impulsarlos y apoyarlos en su estrategia de internacionalización mediante un portafolio de servicios de softlanding por parte de nuestra red de Oficinas Comerciales y potenciar a Chile como hub regional de innovación y emprendimiento.

En 2021 se lanzó la plataforma de servicios ProChile Global X con el que buscamos acelerar el proceso de expansión de la oferta innovadora chilena y de alto valor agregado al mercado europeo y potenciar así la sofisticación y diversificación de nuestra matriz exportadora. 39 empresas apoyadas en 6 mercados, con 23 reuniones onboarding y 2 eventos exclusivos internacionales.

- Principales ferias/eventos: WebSummit, The next web, ExpoDubai (semana de la innovación), London tech week, Collision, entre otros.
- Empresas apoyadas 2021: más de 260 empresas entre GoGlobal, ProChile Global X, Speed Mentoring, Eventos, Pitch (en Expo Dubái y México), entre otros.
- ProChile Global X: 39 empresas apoyadas en 6 mercados, con 23 reuniones onboarding y 2 eventos exclusivos internacionales.
- Go Global: En esta tercera versión del programa apoyamos a aceleración de negocios chilenos en los mercados de Perú, Colombia, México y Miami, dando en su totalidad de beneficiarios a 43

empresas, con más de 410 horas de trabajo, más de 400 sesiones realizadas y 5 reuniones promedio 1 a 1 con potenciales clientes, donde existió un 75% del cumplimiento del programa.

- Bizmatch: En México la aceleradora apoyó con 10 posibles matchs iniciales para cada empresa concretando 50 posibles matchs. Cada una de las empresas concretó acciones comerciales con dos empresas del país donde hubo 5 pilotajes de 3 empresas, una alianza comercial y dos pruebas de producto. En Perú hubo 31 reuniones para realizar acuerdos de pilotaje donde 4 empresas concretaron pilotaje, dando una totalidad de 5 pilotajes. Dos empresas obtuvieron ventas (3 ventas en total).

## **Mujer Exporta:**

Hace cinco años se creó el programa Mujer Exporta, que contempla un conjunto de acciones diseñadas especialmente para impulsar, desarrollar y fortalecer el trabajo de empresas exportadoras o con potencialidad exportadora lideradas por mujeres. A través de actividades de capacitación sobre los mercados internacionales y de promoción de sus bienes o servicios, Mujer Exporta busca incorporar activamente a estas empresas al comercio internacional, mejorando con ello los indicadores de equidad de género en el país. Este programa ha podido apoyar durante el 2018-2021 a más de 1.500 empresas lideradas por mujeres.

El 2021 se han realizado:

- 6 acciones de formación, entre los cuales están Plan Piloto UPS, Plan Nch3262, Women in Tech.
- 6 acciones de internacionalización, entre las que se mencionan: Feria Virtual ME, Programa Axort, Expo Dubai.
- 4 acciones de posicionamiento: Tres Unboxing Mujeres en Latinoamérica a los mercados de Ecuador, Brasil y Paraguay y la implementación de la Plataforma activa empresarias.
- Lanzamiento e Implementación de la Norma NCH 3262 “Gestión de igualdad de género y Conciliación de la vida Laboral, Personal y Familiar”

## **Certificación de Origen:**

La función de certificación de origen se realiza a nivel nacional, en donde intervienen funcionarios del Subdepartamento de Certificación y Verificación de Origen (ubicados en Santiago, Valparaíso y Concepción), y las Direcciones Regionales de ProChile. Por el sector privado intervienen funcionarios de las oficinas de la SOFOFA y UCCO que están ubicadas en las principales ciudades del país.

El proceso de certificación de origen se implementa conforme a lo dispuesto por las Partes Contratantes de un acuerdo comercial. En este contexto ProChile en su calidad de autoridad gubernamental competente, certifica y verifica el origen en el marco de los siguientes convenios: Tratado de Libre Comercio con China, Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, Acuerdo de Asociación Económica con el Reino Unido, y el Acuerdo de Libre Comercio con los países del EFTA (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein).

Durante el año 2021 se recaudaron recursos por la venta de certificados, producto de la certificación de origen por un total de \$M 1.058.680. A nivel de acuerdos se emitieron 38.033 certificados para la Unión Europea, 8.696 para el Reino Unido, 55.074 para China y 573 para EFTA, es decir, un total de 102.376 certificados.

## **Transformación Digital:**

La estrategia de Transformación Digital de ProChile ha sido uno de los pilares fundamentales durante este periodo. 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 cinco focos estratégicos y sus principales resultados son: Inteligencia de Mercado, Servicios Digitales a Beneficiarios, e-Commerce, Herramientas Digitales para la Gestión y Eventos Virtuales.

**1. Inteligencia de Mercado:** la captura, recopilación, estructuración y análisis de la información o datos provenientes de fuentes internas como externas, ha sido una de las acciones que ProChile ha modernizado y automatizado, a través de la construcción de un data warehouse, como base consolidada de información estratégica, permitiendo dar un salto hacia el análisis de datos e implementación de herramientas, que entregan información en un formato visual (Dashboard).

**2. Servicios digitales para beneficiarios:** la entrega de un mejor servicio hacia la ciudadanía, generando una estrategia cliente céntrica, ha sido uno de los focos y pilares institucionales fundamentales para este nuevo ProChile 3.0. Con el objetivo de dar respuesta a las nuevas necesidades de nuestros beneficiarios, se hace entrega de cinco proyectos: Centro de Ayuda, Sistema de Rendición ProChile (SRP), Centro Digital de Conocimiento (CDC), Nuevo Sitio Web y Aula Virtual.

**3. E-Commerce:** ProChile ha querido sumarse a la nueva era mundial de la comercialización electrónica, con la finalidad de facilitar a las empresas chilenas, la venta internacional de bienes, servicios y contenidos digitales, a través de los canales online. Bajo este eje estratégico digital, ProChile presenta tres proyectos: One Click Import, Catálogo Digitales y E-exporta.

**4. Herramientas Digitales Para la Gestión:** Este foco estratégico, es el pilar de la modernización del servicio. Incluye la implementación de herramientas digitales, con uso e impacto en todas las oficinas de Chile y la red externa, permitiendo agilizar la gestión, dando mayor transparencia y trazabilidad a los procesos, garantizando una mayor eficiencia en el uso de recursos. Las iniciativas que dan sustento a este foco digital son: Cero Papel (Gestor Documental), CRM y ERP.

**Eventos Virtuales:** ProChile se ha sumado a la vanguardia de los eventos digitales, que simulan reuniones físicas de forma virtual, es decir, sin contacto físico, donde la comunicación se realiza a través del intercambio de información entre los participantes desde la pantalla de diversos dispositivos móviles, tablet o de escritorio, permitiendo la obtención de métricas y medición de resultados en tiempo real. Este eje digital se encuentra representado a través de la iniciativa denominada Plataformas E-Ruedas y E-Ferias.

De los cinco conceptos indicados, se ha hecho un importante avance principalmente en el primero de ellos que es la analítica de datos que permitirá contar con la información necesaria en forma fácil, rápida y permanente para realizar una medición objetiva y cuantitativa de resultados de las distintas iniciativas de Transformación Digital. Como ejemplos, se detallan los cuatro siguientes:

- El Centro Digital de Conocimiento (CDC) es una “vitrina” organizada de contenidos digitales (texto, podcast y video) de utilidad para la comunidad de usuarios internos, beneficiarios de ProChile y ciudadanía, permitiendo gestionar y difundir el conocimiento institucional. Esta plataforma busca generar un espacio digital de conocimiento compartido, convirtiéndose en el “Google Institucional”, siendo reconocido como el referente de búsqueda para funcionarios y beneficiarios de ProChile, en materia de exportaciones y comercio internacional. Este proyecto, es un complemento al foco estratégico de Inteligencia de Mercado, dado que sumado a la estrategia cuantitativa que se describe anteriormente, se suma a la estrategia de información cualitativa.
- One Click Import es una plataforma que permite realizar un match entre la demanda en mercados internacionales y la oferta nacional de productos/servicios, a través de un proceso automatizado, facilitando la gestión al interior del equipo de ProChile. Su principal objetivo es aumentar las exportaciones y diversificación de mercado de nuestros beneficiarios, a través de la promoción



proactiva de nuestra oferta, junto a la digitalización de la gestión interna, reduciendo los tiempos de respuesta al importador (3-5 días).

- El Centro de Ayuda otorga un servicio digital omnicanal de apoyo a los usuarios para sus consultas sobre información comercial, servicios y herramientas de ProChile, a través de una plataforma disponible en nuestro sitio web, atendido por nuestra unidad de Servicio al Cliente.
- Por otra parte se encuentra el proyecto denominado Catálogo Digital, que consiste en un portal vinculado a la nueva página web de ProChile, que aloja de forma centralizada la información de la oferta exportable nacional. Este portal tiene un diseño intuitivo y amigable, permitiendo realizar búsquedas a través una serie de variables definidas.

## 4. Desafíos para el período de Gobierno 2022

### DESAFIOS 2018-2021

El periodo 2018-2021 ha sido uno de los más desafiantes para la institución, donde la gestión del cambio ha tomado protagonismo y hemos estado en un proceso de mejora constante para entregar los mejores servicios a las empresas de nuestro país. Consolidando estrategias y lineamientos de forma de impactar en un amplio rango y de forma positiva a la economía nacional.

Se comenzó el 2018 con la definición e implementación de una estrategia orientada a la modernización del servicio y la gestión, implementación de focos estratégicos y medición de resultados. Continuando el 2019 con la creación de ProChile como un nuevo Servicio.

El 2019 los desafíos se focalizaron en dos grandes ámbitos: a) el interno dado por la transformación de ProChile en la Dirección General de Promoción de Exportaciones y b) el externo vinculado a la puesta en marcha de una serie de programas e iniciativas para dar cumplimiento a los focos estratégicos definidos. ProChile adquirió mayor autonomía administrativa y presupuestaria, con lo que comenzó una nueva etapa, orientada a dotar al Servicio de las capacidades necesarias para posicionarlo como un servicio público moderno, aumentando la digitalización de sus procesos y gestión, poniendo a sus beneficiarios en el centro. En este sentido, ProChile ha avanzado en una estructura de selección de Alta Dirección Pública para los principales cargos de la Institución.

En 2020, en el contexto de la pandemia, se aceleró el proceso de transformación digital y se institucionalizó la subdirección de innovación y competitividad, para agrupar el trabajo en desarrollo de la estrategia de mediano - largo plazo, con los departamentos de innovación, sostenibilidad, comercio electrónico, empresas lideradas por mujeres y pueblos originarios.

Sin duda el año 2021 estuvo lleno de desafíos por cumplir como fue el plan piloto para Turismo, donde se han realizado un conjunto de acciones de promoción internacional de productos y empresas turísticas para: aumentar la llegada de turistas extranjeros, el gasto turístico en Chile, extender la estadía y reducir la estacionalidad. Dicho trabajo fue acompañado por la primera Feria Virtual Expo Tourism, Ruedas de Negocios, capacitaciones, entre otros. Otro desafío propuesto fue continuar con el trabajo del plan piloto de atracción de inversiones, donde durante el 2021 se pudo trabajar en la implementación de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde, apoyando activamente a través de las oficinas comerciales de la red externa que han participado en la captación de empresas interesadas en desarrollar proyectos en Chile de Energías Renovables No Convencionales (ERNC), transferencia y desarrollo de tecnologías, así como búsqueda de acuerdos comerciales tempranos para asegurar la demanda futura y la estrategia de Cadenas Globales de Valor y Encadenamiento Productivo que busca potenciar la atracción de inversiones y la transferencia de tecnología y talento, aumentar el comercio intrarregional, fortalecer la asociatividad de empresas con capacidad exportadora con empresas nacionales que pueden ser proveedoras de insumos.

Y por último, podemos destacar la realización de la EXPO DUBAI con más de 150 mil visitas. El pabellón de Chile hace un balance positivo tras sus tres primeros meses en Expo 2020 Dubai gracias a la participación de casi 60 empresas chilenas que han llegado hasta Emiratos Árabes Unidos desde el 1 de octubre de 2021 para generar nuevas oportunidades de expansión. Expo 2020 Dubái durará hasta el 31 de marzo de 2022.

## **DESAFIOS 2022**

En base a la estrategia definida en 2018 para el trabajo de la institución en el mediano y largo plazo, se han definido 4 puntos de trabajo en 2022 donde colocaremos el énfasis:

### **1. ProChile Digital**

ProChile ha definido que la Transformación Digital es uno de sus principales énfasis de trabajo. Durante el 2020 y 2021 se impulsaron cerca de 14 proyectos digitales que debemos seguir potenciando. Por tal motivo continuaremos trabajando para que las herramientas que hoy desarrollamos estén dentro de nuestra cultura organizacional, así como también en los servicios que ofrecemos a las empresas con las que trabajamos. En esto las capacitaciones juegan un rol fundamental. El proceso de Transformación Digital nos permite contar con más y mejor información que nos ayuda a tomar decisiones y adoptar mejoras en los servicios para nuestros beneficiarios.

Las iniciativas que están en desarrollo durante el 2022 son:

- Proyecto CRM 365, que tiene como objetivo mejorar la capacidad de conectar la oferta y demanda, a través de una visión integrada, con una base única de clientes e incorporando procesos de atención con foco en la experiencia de nuestros beneficiarios, fortaleciendo nuestra inteligencia comercial y medición de impacto para la toma de decisiones en tiempo real. Es importante destacar, que este gran proyecto, dada su gran envergadura, se encuentra subdividido en siete subproyectos, abarcando ámbitos estratégicos y operacionales, vinculados entres si, con el objetivo de generar un ambiente único para el usuario.
- Proyecto ERP, el cual consiste en dotar a ProChile de una plataforma que permita abordar la planificación, administración, control y gestión de todos los procesos administrativos (presupuestario, contable, adquisiciones, RR. HH., entre otros.), a través de un sistema totalmente integrado. Esta iniciativa cuenta con un “Sistema Integrado de Manejo Administrativo en ProChile” que además considera la compatibilidad, conectividad y/u homologación con el SIGFE (Sistema para la Gestión Financiera del Estado) y los sistemas de gestión del negocio de ProChile.

A continuación, presentamos cinco conceptos claves que permitirán rentabilizar los recursos utilizados en la Transformación Digital de ProChile:

- Generar permanentemente y en forma fácil, rápida y completa, información de métricas de comportamiento de las distintas herramientas Transformación Digital en operación tanto principalmente, para los usuarios exportadores de ProChile, pero también para los usuarios internos.
- Con la información indicada se podrá realizar análisis de comportamientos, tendencias, requerimientos y necesidades de los exportadores, lo cual permitirá

- mejorar permanentemente los servicios de ProChile para adaptarlos a lo que los usuarios demandan de la institución.
- Sumado a lo anterior está la vinculación o integración automática entre las distintas iniciativas Transformación Digital, lo que permitirá, entre otras cosas, la eliminación o minimización de tareas manuales con los consiguientes beneficios de disminución de errores, mayor rapidez, mayor consistencia y coherencia de la información de los distintos sistemas y fuentes de datos, etc. Además, esto les liberará tiempo de trabajo operativo y repetitivo a los profesionales y ejecutivos de ProChile que redundará en mayor dedicación a labores más estratégicas.
  - El cuarto concepto, transversal, a todo el proceso de Transformación Digital de ProChile, es la permanente evaluación de las métricas obtenidas en las diferentes iniciativas, permitiendo generar mejoras continuas o evolutivos, considerando las necesidades provenientes de nuestros usuarios (internos y externos) con el objetivo de mantener actualizadas, bajo el concepto de mejora continua basadas en métricas, nuestras diferentes iniciativas.
  - Por último, la necesidad permanente de fortalecer la comunicación, difusión y capacitación en las diferentes iniciativas implementadas durante el proceso de Transformación Digital. Esta estrategia, estará dirigida tanto a usuarios internos como externos, buscando intensificar el uso de las diferentes herramientas digitales de ProChile, permitiendo desarrollar ventajas competitivas en nuestras empresas exportadoras y/o potenciales exportadores. Este concepto será priorizado, definiendo capacitaciones de carácter obligatorio para el equipo de ProChile, donde podrán visualizar en forma directa los beneficios que tendrá para los usuarios la utilización de las herramientas y sistemas digitales.

## **1. Aumento y Diversificación de exportaciones**

La diversificación de mercados y productos es clave para el crecimiento de nuestros beneficiarios, los que registran mejor desempeño exportador que los no beneficiarios.

Nos enfocaremos en servicios que permitan a las empresas exportadoras mantener y diversificar sus exportaciones. Por medio de las estrategias macrosectoriales, las cuales para el año 2022 priorizaron sectores relevantes, mercados estratégicos (volumen y oportunidad) y actividades de promoción internacional, considerando las necesidades y cambios observados por parte de las empresas nacionales a la hora de exportar.

Actualmente, ProChile dispone de una amplia red de contactos con facilitadores del comercio en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, que a través de alianzas estratégicas (44 Convenios vigentes), estos Convenios no sólo contribuyen a la internacionalización de las empresas al aumentar la competitividad al acceder a mayores descuentos, sino que estas mismas ventajas permiten que lleguen a nuevos mercados, a través de descuentos en servicios logísticos, plataformas de comercio electrónico, servicios financieros, certificaciones y capacitaciones.

Adicionalmente, trabajaremos en mejorar las herramientas tradicionales que ofrecemos, procuraremos identificar nuevos compradores para nuestra oferta exportable, así como

mejorar progresivamente el match entre las partes, para generar más y mejores resultados a las empresas participantes, en cuanto al aumento de exportaciones y diversificación de mercados. También es necesario realizar una mayor segmentación de las empresas para ofrecer servicios más específicos y a la medida de nuestros beneficiarios, así como también fortalecer el trabajo realizado en e-Commerce para que más empresas puedan participar del comercio internacional.

Finalmente, tener una estrategia centralizada para exportaciones, Inversiones e Imagen País. Impulsaremos una estrategia para identificar potenciales inversionistas que faciliten las exportaciones de las empresas chilenas, así como también buscamos insertarnos en las cadenas internacionales de suministros. Por otro lado, continuaremos apoyando el trabajo de las marcas sectoriales en la construcción de la Imagen País, pero también este trabajo será impulsado a través de diferentes campañas de marketing y comunicaciones, que buscan reforzar el posicionamiento de Chile, su oferta exportable y atributos diferenciadores.

## **1. Región y Pymes**

En 2022 buscaremos articular un Plan de Internacionalización por región, que nos permita trabajar más de la mano con los Gobiernos Regionales, para transformar a ProChile en un actor relevante en el ecosistema regional. Este trabajo mancomunado nos permitirá complementar la estrategia institucional e identificar nueva oferta exportable. Hay muchas regiones que cuentan con oferta con valor agregado e innovadora que es necesario identificar y segmentar para buscar las herramientas apropiadas para su internacionalización.

Este plan incluye no sólo identificar la oferta de valor regional, sino también posibles áreas en las que se requiera invertir para potenciar las exportaciones regionales, por lo que el trabajo con diferentes entes públicos y privados cobra gran relevancia.

Las diferentes acciones por desarrollar buscan acelerar el proceso de internacionalización, no sólo de la nueva oferta identificada, sino de todas las empresas regionales y su territorio, pero enfocándonos siempre en empresas con real potencial exportador, que nos permitan lograr el resultado esperado de contar con un mayor número de empresas exportadoras.

## **1. Desarrollo de Focos Estratégicos Transversales**

ProChile apuesta al desarrollo de temáticas transversales, observando y analizando los nuevos retos sociales, comerciales y ambientales que estamos viviendo como sociedad, intentando entregar soluciones desde la reflexión y el compromiso de nuestra misión institucional. Es por esto, que se crearon nuevos departamentos los cuales abordan las principales áreas de nuestra gestión, tales como Sostenibilidad, Innovación, Género, Pueblos Originarios, Cadenas Globales de Valor, e-Commerce y el aporte a la Imagen País.

Ser más competitivos a nivel internacional es una de nuestras preocupaciones, es por esto que estamos trabajando en impulsar la Innovación y el Valor Agregado de nuestras empresas beneficiarias, como también en implementar una Política de Sostenibilidad que no solo permite sumar a ProChile a la acción climática global, sino también incorporar elementos de inclusión, como es el trabajo con empresas lideradas por Mujeres y Pueblos Originarios.

Finalmente buscamos, fortalecer el posicionamiento de la imagen de Chile, atraer inversión, insertarnos en las Cadenas Globales de Valor (CGV) y participar activamente en

la implementación de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde por medio de la gestión comercial de nuestras oficinas comerciales y regionales.

## **METAS 2022**

ProChile tiene la convicción de estar potenciando la oferta de bienes y servicios al mundo, a través de su red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas con las empresas de nuestro país. Es por ello que cada año se plantean metas institucionales más ambiciosas en beneficio del desarrollo de internacionalización de dichas empresas.

Para el año 2022 deseamos continuar creciendo y apoyando a nuestros beneficiarios. Considerando los positivos resultados obtenidos durante los años 2018-2021, a pesar de los grandes desafíos que hemos tenido como sociedad y el crecimiento económico esperado para el 2022.

Se seguirá trabajando en el establecimiento KPIs institucionales y cumplimiento de metas por parte de nuestras oficinas comerciales y regionales. Creando y mejorando indicadores de gestión para cada una de las áreas, en concordancia con los nuevos desafíos propuestos.

Destacando para este 2022, la construcción progresiva de un plan de medición con cada uno de los diferentes focos estratégicos transversales de la institución. De esta manera podremos medir el impacto real del esfuerzo institucional, y los avances concretos de las empresas apoyadas, individualizando el trabajo de las contrapartes aliadas que trabajan con estas unidades transversales, a fin de medir sus propios resultados.

En términos numéricos las metas de ProChile de cara al año 2022 son:

- INDICADOR META BENEFICIARIOS EXPORTADORES: 2.700 empresas
- BENEFICIARIOS PYMEX: 1.200 empresas
- MONTOS EXPORTADOS POR BENEFICIARIOS (FOB US\$MM): 32.000
- EMPLEO GENERADO POR LOS BENEFICIARIOS: 600.000 puestos de trabajo

## Anexo 1: Identificación de la Institución

### a) Definiciones Estratégicas 2018-2022

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

Ley 21.080 del 20 de marzo de 2018, D.F.L. N° 02 de 2019, del Ministerio de Relaciones Exteriores. Reglamento Complementario D.F.L. N° 33 del 9 de marzo de 1979 del Ministerio de Relaciones Exteriores. Ley 19.999 del 10 de febrero de 2005

#### Misión Institucional

Contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

### Objetivos Ministeriales

Nro.	Descripción
1	Apoyar la internacionalización de las empresas chilenas, mediante la promoción de su oferta exportable de bienes y servicios, de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, con foco en la pequeña y mediana empresa exportadora de regiones, la oferta con valor agregado e innovadora, generando de esta forma un aumento y diversificación de las exportaciones, a través de un modelo de gestión basado en resultados, eficiente, digital y transparente.
2	Modernizar las capacidades de nuestra Cancillería incorporando un pensamiento estratégico en sus áreas y relevando nuevas temáticas relacionadas con desafíos emergentes, estableciendo una gestión centrada en las personas.
3	Potenciar el trabajo con la sociedad civil y la inclusión de las regiones de Chile, de manera estratégica en materias de política exterior, permitiendo su proyección internacional, con especial énfasis en las zonas extremas del país, a través del impulso al desarrollo sostenible y el fortalecimiento de la presencia sub antártica y antártica.
4	Reconocer e incorporar en el quehacer del Ministerio de Relaciones Exteriores, las materias de género y diversidad de identidades, con énfasis en aprender de la experiencia de países avanzados en estas temáticas, para ponerlas al servicio del Estado de Chile.

### Objetivos Estratégicos

Nro.	Descripción
1	Acelerar el proceso de internacionalización de las empresas regionales, con foco en las Pymex, Servicios e Industrias 4.0, Industrias Creativas y Alimentos con valor agregado, a través del trabajo realizado por la Red regional.

Nro.	Descripción
2	Fortalecer el crecimiento y diversificación de la oferta exportable a través de herramientas de promoción y el apoyo de la Red de oficinas comerciales de Chile en el exterior, que permitan concretar el cierre de negocios para el sector exportador.
3	Impulsar la internacionalización de emprendimientos de alto impacto mediante un portafolio de nuevos servicios y herramientas especializadas para este segmento de empresas, apoyadas por la Red de Oficinas Comerciales, para lograr el potenciamiento de Chile como un hub regional de innovación y emprendimiento.
4	Avanzar en un proceso de Transformación Digital mediante la implementación de un conjunto de iniciativas, que basadas en el uso de la tecnología, logren mejorar los servicios y herramientas que se entregan a las empresas para apoyar su proceso de internacionalización.
5	Apoyar la realización de acciones de promoción a través de la Red de Oficinas Comerciales de Chile en el mundo y de las Oficinas Regionales que permitan lograr el fortalecimiento de la Imagen de Chile, atracción de inversión extranjera, turismo y la inversión chilena en el exterior.

## Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Nro.	Nombre	Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	Generación y difusión de información de comercio exterior	Desarrollo de acciones enfocadas al 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 exportadoras o con potencial exportador, con el objeto de facilitarles el acceso, permanencia y/o diversificación en las economías internacionales.	1, 4, 3, 5, 2
2	Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	Asesoría y capacitación, apoyadas por herramientas especializadas para desarrollar capacidades y competencias en gestión empresarial, orientadas a mejorar la capacidad exportadora de las empresas exportadoras o con potencial exportador. Las instancias de formación exportadora pueden darse en Chile, en el extranjero u online, se clasifican, entre otros, en: coaching exportador, talleres y seminarios.	1, 4, 3, 5, 2
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Implementación de acciones, diseñadas con un enfoque territorial y sectorial, destinadas a acercar la oferta con la demanda de productos y servicios chilenos, y aumentar así el número de empresas que exportan o diversificar los mercados o productos y servicios. Para lo anterior, se pone a disposición de las empresas y asociaciones gremiales un conjunto de acciones tales como: Ferias Internacionales, Misiones Comerciales, Ruedas de Negocios, Agendas de Negocios, Concursos públicos sectoriales y empresariales, Marcas Sectoriales, Programa E-commerce, entre otros; donde cada una tiene una modalidad de co-financiamiento y convocatoria abierta, según corresponda.	1, 4, 3, 5, 2



## Clientes / Beneficiarios / Usuarios

Nro.	Descripción	Cantidad
1	Empresas exportadoras: Las cifras disponibles corresponden a empresas exportadoras del país año 2019, de acuerdo a datos procesados con base a información del Servicio Nacional de Aduanas.	6.589
2	Empresas con potencial exportador: Las cifras corresponden a contribuyentes año 2018, que el Servicio de Impuestos Internos considera como empresas vigentes y que además pertenecen a los sectores Industria Manufacturera, Agroalimentos, Servicios e Industrias Creativas. Se excluyen las empresas de los rubros no comercio.	10.076
3	Asociaciones gremiales, año 2019. (Fuente: Sistema de Registro de Actividades - PROCHILE)	112
4	Empresas importadoras internacionales (Fuente: CRM Oficom, ProChile)	10.762



## c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
JEFE SUPERIOR DE SERVICIO	JORGE O'RYAN SCHUTZ
JEFA GABINETE DIRECCIÓN GENERAL	MARÍA GÓMEZ ASTUDILLO
JEFE DEPARTAMENTO AUDITORÍA INTERNA	MARCO CUEVAS HOFFMANN
JEFA DEPARTAMENTO PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y TRANSPARENCIA	EVELYN GATICA GUEICO
DIRECTORA DIRECCION DE ASUNTOS JURÍDICOS	PAULINA VALDERRAMA ARAVENA
JEFA DEPARTAMENTO DERECHO NACIONAL Y CONTRATACIÓN EN EL EXTERIOR	MARÍA SALDIAS MORALES
JEFA DEPARTAMENTO PROCESOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES	CAMILA SANDOVAL QUEZADA
DIRECTORA DIRECCIÓN NACIONAL	LORENA SEPÚLVEDA VILLA
JEFA DEPARTAMENTO SUBDIRECCIÓN SECTORIAL	CYNTHIA CARRASCO ARMIJO
JEFE DEPARTAMENTO SUBDIRECCIÓN INNOVACION Y COMPETITIVIDAD	SHARIF CHACOFF PEREZ
JEFE DEPARTAMENTO SUBDIRECCIÓN REGIONAL	FELIPE NEUMANN MANIEU
DIRECTOR REGIONAL PROCHILE ARICA	GONZALO BECERRA MARTÍNEZ
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 VÁSQUEZ ROMERO
DIRECTOR REGIONAL PROCHILE VALPARAÍSO	VICENTE ALTI HOCHSTETTER
DIRECTORA REGIONAL METROPOLITANA	MARIELA DÍAZ ZAMORANO
DIRECTORA REGIONAL PROCHILE O'HIGGINS	SOFIA SILVA BAEZA
DIRECTORA REGIONAL PROCHILE MAULE	JULIETA ROMERO VALENZUELA
DIRECTORA REGIONAL PROCHILE ÑUBLE	INGRID QUEZADA MEDINA
DIRECTOR REGIONAL PROCHILE BIO BIO	OSVALDO MARINAO CACERES
DIRECTOR (S) REGIONAL PROCHILE LA ARAUCANÍA	HUGO NAVARRETE SOTO
DIRECTOR REGIONAL PROCHILE LOS RÍOS	HENRY AZURMENDI TOLEDO
DIRECTOR REGIONAL PROCHILE LOS LAGOS	RICARDO ARRIAGADA VICENCIO
DIRECTORA REGIONAL PROCHILE AYSÉN	PAMELA FLORES MORA
DIRECTOR REGIONAL PROCHILE MAGALLANES	CLAUDIO VILLARROEL BUXTON
DIRECTOR DIRECCION ADMINISTRATIVO	HUGO CORALES COFRE
JEFA DEPARTAMENTO COMPRAS	PATRICIA GILLIBRAND VARGAS
JEFE DEPARTAMENTO GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN	LEONARDO BANDA MALDONADO
JEFA DEPARTAMENTO RED EXTERNA	MARÍA PLAZA BELTRAN
JEFE DEPARTAMENTO FINANZAS	SEBASTIÁN FERNÁNDEZ FRIEDLI
JEFE DEPARTAMENTO PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROGRAMAS DE PROMOCIÓN	ROLANDO VICENCIO GARIN
JEFE DEPARTAMENTO DE INFORMÁTICA	BENJAMÍN CODERCH SOTO
JEFE DEPARTAMENTO GESTIÓN DE PERSONAS	CLAUDIO OSORIO RUBIO
JEFE DEPARTAMENTO DIRECCIÓN DESARROLLO ESTRATÉGICO	MARCELO SOBARZO ANENTO
JEFA SUBDEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE RESULTADOS	PAULINA ESPINOZA ARANEDA
JEFA SUBDEPARTAMENTO SECRETARÍA EJECUTIVA	MARIE WAINWRIGHT FLISFISCH

Cargo	Nombre
JEFA SUBDEPARTAMENTO INTELIGENCIA DE MERCADOS	MARCELA GONZÁLEZ MÉNDEZ
JEFA SUBDEPARTAMENTO SERVICIOS INTEGRADOS PARA LA EXPORTACIÓN	ADRIANA MUÑOZ LATORRE
JEFE SUBDEPARTAMENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL	FABIÁN ROJAS LAGOS
JEFA DEPARTAMENTO DIRECCIÓN INTERNACIONAL	LORENA SANCHEZ PINO
JEFA SUBDEPARTAMENTO AMÉRICA DEL NORTE	KARINA MORALES CABELLO
JEFA SUBDEPARTAMENTO ASIA Y OCEANÍA	DANIELA ROMERO SOUTER
JEFA SUBDEPARTAMENTO EUROPA, ÁFRICA Y MEDIO ORIENTE	CARMEN VIVANCO FRANCIA
JEFE SUBDEPARTAMENTO PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO REDEX	CRISTIÁN SÁNCHEZ SOLIS
JEFE SUBDEPARTAMENTO SUDAMÉRICA, CUBA Y ALIANZA DEL PACÍFICO	SEBASTIÁN CANALES ANGULO
JEFA DEPARTAMENTO DIRECCION MARKETING Y EVENTOS	CLAUDIA SERRER URRUTIA
JEFA SUBDEPARTAMENTO DE EVENTOS	VACANTE
JEFA SUBDEPARTAMENTO DE MARCAS SECTORIALES	CLAUDIA MORENO DONOSO
JEFE SUBDEPARTAMENTO FERIAS	DIEGO MC INTOSH HERRERA
JEFE SUBDEPARTAMENTO MARKETING	CLAUDIO SEPÚLVEDA VILLALOBOS
JEFA(S) DEPARTAMENTO DIRECCIÓN COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS	MARIA HERNÁNDEZ ALCAINO

## Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022

Año	Iniciativa	Estado de Avance
	Desarrollar actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los Estados de la Alianza del Pacífico.	Terminado
	Evaluar un rediseño de la política de promoción de exportaciones e inversiones, incluyendo la transformación de la Direcon en la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, de la cual dependerán ProChile e InvestChile.	Terminado
	Potenciar el trabajo desde regiones para incorporar elementos regionales estratégicos en la promoción de exportaciones.	Terminado
	Priorizar programas y actividades de promoción con foco en los servicios y desarrollar programas enfocados en las pymes exportadoras.	En Proceso
	Rediseñar ProChile 3.0 como promotor de exportaciones, inversiones e Imagen País.	Terminado

## **Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas**

---

## **Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas**

---

No aplica

## **Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021**

---

No aplica

## **Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021**

---

No aplica

## **Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021**

---

### **2018 - Feria Internacional del Libro - Mejor Stand Categoría Formato Mediano**

El Pabellón oficial de Chile en la Feria Internacional del Libro - Lima fue reconocido como el “Mejor Stand Categoría Formato Mediano”. Chile impactó por su originalidad, sobresaliendo en diseño del stand, buen manejo del espacio, funcionalidad, capacidad para invitar a la lectura, y creación de una atmósfera interesante en torno a las publicaciones. Esta fue la segunda ocasión en que nuestro país recibe una distinción de este tipo, el primero fue en la Feria Internacional del Libro- Guadalajara en 2017, donde se obtuvo el Mejor Stand en Categoría Oro.

### **2019 - La institución no tuvo premios o reconocimientos**

### **2020 - Chile Flagship Store en Tmall, Alibaba**

Premio por ser el Pabellón País (Chile Flagship Store) más popular de alimentos en Tmall, Alibaba.

El premio se entregó por el grupo Alibaba, en específico por la plataforma Tmall. Esta plataforma de comercio electrónico es la más grande de china, tanto en valor como en volumen de transacción. Como también en cuanto a la entrega de productos a sus consumidores en China. La plataforma de Tmall, tiene una serie de secciones y marcas. En el caso de los pabellones país, en el cual Chile está presente, se entregó este reconocimiento, porque el pabellón de Chile fue el más popular entre los consumidores de China.

### **2021 - “Performance partner of the year”**

JD.com distinguió a Chile como “socio del año”. Este reconocimiento llegó fruto de una larga cooperación que Chile, a través de la Oficina Comercial de ProChile en Beijing y la embajada, ha tenido con JD.com, que es la tercera mayor plataforma de comercio electrónico del mundo.

La entrega del premio se enmarcó en la realización del 18avo festival “618” (un símil al Black Friday de Estados Unidos) y llega en la culmine de un trabajo que desde 2019 se ha desarrollado activamente con la plataforma asiática.



## **2021 - Premio Guacolda**

Este premio es otorgado anualmente desde 2009 por la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile, A.G., a las mujeres que se desempeñan en el sector frutícola y actividades complementarias, y que constituyen un ejemplo de vida y trabajo, además de servir de paradigma a la sociedad general.

Para la Temporada 2020-2021 esta distinción ha recaído en la Directora Nacional de ProChile, Lorena Sepulveda V.