



# **Balance de Gestión Integral**

## **Año 2019**

**Ministerio de Relaciones Exteriores**

Dirección General de Promoción de Exportaciones

# Índice

---

<b>1</b>	Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo	3
<b>2</b>	Resumen Ejecutivo Servicio	9
<b>3</b>	Resultados de la Gestión año 2019	13
	3.1 Resultados asociados al Programa de Gobierno, mensajes presidenciales y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio	
	3.2 Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía	
<b>4</b>	Desafíos para el período de Gobierno	22
<b>Anexo 1</b>	Identificación de la Institución	24
<b>Anexo 2</b>	Recursos Humanos	
<b>Anexo 3</b>	Recursos Financieros	
<b>Anexo 4</b>	Indicadores de Desempeño año 2017 - 2019	30
<b>Anexo 5</b>	Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	31
<b>Anexo 6</b>	Evaluaciones	32
<b>Anexo 7</b>	Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2019	33
<b>Anexo 8</b>	Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2018 - 2022	35
<b>Anexo 9</b>	Resultados en la Implementación de medidas de Género 2018 - 2022	36
<b>Anexo 10</b>	Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2019 / Leyes Promulgadas durante 2019	38
<b>Anexo 11</b>	Premios y Reconocimientos	39

# 1 Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo

## Ministerio de Relaciones Exteriores

### Presentación del Ministro de Relaciones Exteriores

El Ministerio de Relaciones Exteriores es la Secretaría de Estado encargada de colaborar en el diseño, planificación y ejecución de la política exterior, proponiendo y evaluando las políticas y planes orientados a velar por los intereses de Chile, con el propósito de favorecer el desarrollo del país, su presencia internacional y la seguridad y bienestar de chilenas y chilenos.

Durante los últimos doce meses, la Cancillería ha debido desenvolverse en un escenario complejo y dinámico para proteger de manera más efectiva la posición internacional que Chile ha alcanzado. La disputa comercial entre Estados Unidos y China, que ha tensionado al mundo, se ha agudizado por la pandemia del coronavirus, la incertidumbre ambiental, fuertes cambios tecnológicos, el surgimiento de nuevos actores y el cuestionamiento a los pilares del orden internacional.

Si a esto sumamos los eventos de violencia en nuestro país y desde marzo la crisis sanitaria y social producida por la propagación de un virus, es comprensible que durante este período nuestra política exterior haya encarado nuevos retos.

En consideración a esta nueva situación mundial y nacional, la Cancillería ha revisado sus prioridades, haciéndose cargo de esta nueva realidad, sin perjuicio de procurar seguir impulsando nuestro plan de acción para el periodo 2019-2020, esto es, los cuatro ejes estratégicos que guían la política exterior de Chile: generación de alianzas estratégicas en la región y con el mundo; el impulso de la imagen país en base a lo que somos y lo que queremos ser como nación chilena; una gestión centrada en la ciudadanía, y una acción eficiente y cercana a la gente.

Como principales hitos de este periodo, hemos procurado profundizar las relaciones vecinales, estructurando nuestro actuar en torno a tres ejes principales: la integración productiva e inteligente; la convergencia estratégica de intereses; y el levantamiento de una agenda emergente. Estos ejes han permitido fortalecer las relaciones con nuestros vecinos desde diferentes aristas, propiciando una integración física e inmaterial con Argentina, Perú y Bolivia.

En tiempos de crisis sanitaria e incertidumbre internacional, el Foro para el Progreso y Desarrollo de América Latina (PROSUR), se ha constituido como un instrumento relevante en el combate del COVID-19, respondiendo eficientemente a su misión de ser un espacio de diálogo para la cooperación y entendimiento de los países con miras a los desafíos contemporáneos.

En el ámbito comercial, hemos reforzado los esfuerzos de diversificar nuestra economía hacia zonas emergentes como ASEAN, India, Medio Oriente y el Norte de África, poniendo énfasis en la economía digital y la exportación de servicios. Durante 2019, entró en vigor la Profundización del Tratado de Libre Comercio con China, nuestro primer socio comercial, y Chile obtuvo el estatus de Socio de Desarrollo de ASEAN, convirtiéndonos en el segundo país del mundo en obtener este tipo de relación con el bloque.

En materia de sustentabilidad, Chile lideró la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático (COP 25), espacio que vendrán, entre otros logros, posicionar la ciencia y el océano como elementos ineludibles de la agenda ambiental. Paralelamente, reafirmamos nuestro rol como país antártico, mediante la generación del nuevo plan 2020-2024 del Consejo de Política Antártica y la aprobación del Nuevo Estatuto Antártico.

La cooperación internacional fue reorientada temática y geográficamente, como una herramienta para la consolidación de países estables, prósperos y democráticos, especialmente en aquellas áreas geográficas o bien países donde Chile tiene intereses estratégicos. A través de diálogos, intercambios de experiencias y acuerdos de cooperación descentralizada, Chile ha buscado generar alianzas duraderas con los demás países y fortalecer su posición en el ámbito internacional.

Una de nuestras principales preocupaciones ha sido la repatriación de más de 100.000 chilenos y extranjeros residentes en el país, labor que se suma al Operativo Esperanza, el cual ha permitido que más de mil compatriotas hayan podido retornar desde Venezuela. A ello se suma la firma de acuerdos para facilitar el despacho seguro de mercancías e instrumental de salud.

Finalmente, en términos institucionales hemos implementado gradualmente una nueva estructura al interior de Cancillería, acorde a la Ley 21.080, la cual permitirá una asignación de recursos más efectiva y eficiente, lo que se suma a la realización del Ejercicio de Planificación Estratégica y la Construcción de una Hoja de Ruta 2020, herramienta clave para orientar los recursos y los esfuerzos con un rumbo claramente definido y así cumplir cabalmente los objetivos de la política exterior y responder eficazmente a los desafíos de un mundo globalizado.

El documento que presentamos a continuación, resume las acciones desarrolladas durante el año 2019, constituyendo un esfuerzo conjunto de todos los estamentos de Cancillería, por una gestión que beneficia al país, su desarrollo y a nuestras comunidades en el exterior.

**Andrés Allamand**

**Ministro de Relaciones Exteriores**

## **Servicio Dirección General de Promoción de Exportaciones. Avances de la Gestión 2019**

En materia de promoción de exportaciones, los compromisos asociados al programa de gobierno presentan los siguientes resultados:

### **1. Gestión**

En 2019 ProChile trabajó con un 7% más de exportadores que en 2018, alcanzando 1.977 empresas exportadoras clientes, resultado del trabajo focalizado de acuerdo con los lineamientos estratégicos definidos

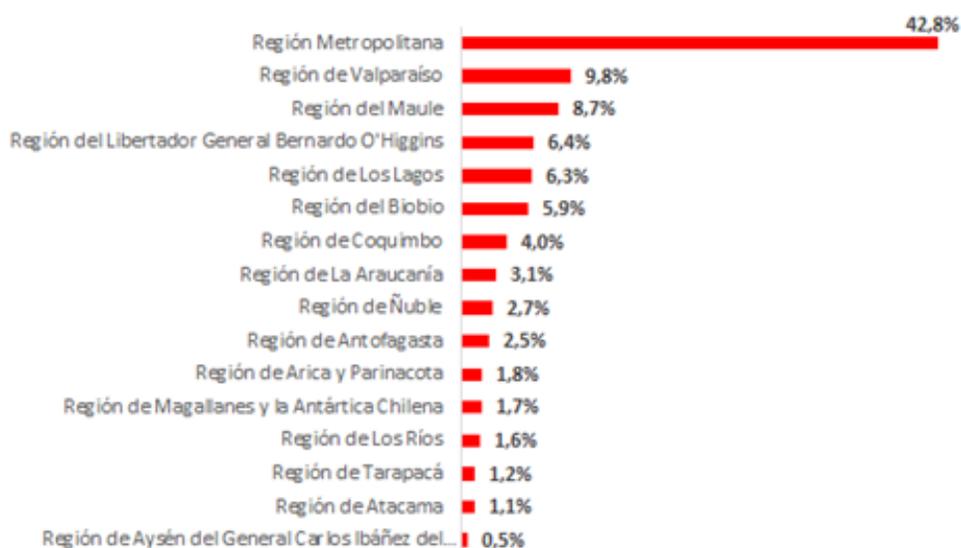
por la Institución. Siguiendo la misma línea de trabajo, se evidencia un incremento de un 24% en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymex) atendidas respecto al 2018, representado el 51% (1.002) del total de los clientes exportadores 2019. En total, la institución apoyó a un total de 5.430 clientes.

En cuanto a la cobertura de trabajo, ProChile alcanzó un 30% (1.977) de las empresas exportadoras nacionales, a diferencia del 2018, en donde se logró un 28% (1.853) de participación. A nivel de monto FOB exportado, los clientes exportadores del 2019 lograron representar un 57% (US\$ 19.632 MM) de las exportaciones a nivel nacional (US\$ 34.168 MM), a diferencia del 2018, en donde representaron un 55%. Por su parte, la distribución sectorial de los clientes exportadores 2019 se observa de la siguiente manera: Agropecuario (47,5%), Manufacturas (28,9%), Vinos (15,8%), Pesca y Acuicultura (12,7%), Forestal (8,9%), Servicios (4,7%), Minerales no cobre (1,5%).

## 2. Pymes y regiones

En cuanto a los clientes exportadores (1.977), las regiones que tienen las más altas contribuciones al total institucional corresponden a: Metropolitana (42,8%); Valparaíso (9,8%); Maule (8,7%); O'Higgins (6,37%).

*Distribución Regional de los Clientes Exportadores de ProChile 2019*

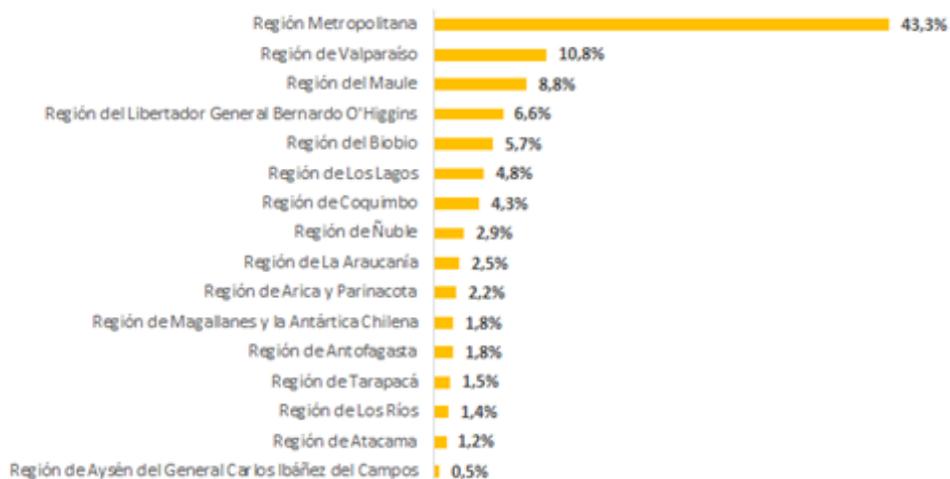


A nivel de tamaño de empresas, los clientes Pymex representan el 34% de las empresas pequeñas y medianas empresas exportadoras a nivel nacional, a diferencia del año anterior, en donde solo se alcanzó una cobertura del 26%. A nivel de monto FOB exportado también se generó un incremento importante, en donde los clientes Pymex 2019 alcanzaron una participación del monto FOB exportado del 55%, versus el 45% del 2018, evidenciándose un incremento del 10% de participación respecto al año anterior, como resultado del trabajo focalizado adoptado el 2019.

La distribución sectorial de las empresas Pymex apoyadas por ProChile se compone de la siguiente manera: Agropecuario (48%), Manufactura (20%), Vinos (17%), Pesca y Acuicultura (12%), Forestales (5%), Servicios (5%), Minerales no cobre (1%).

Las regiones que tienen las más altas contribuciones al total institucional corresponden a: Metropolitana (43,3%); Valparaíso (10,8%); Maule (8,8%); O'Higgins (6,6%).

*Distribución Regional de los Clientes Pymex de ProChile 2019*



### 3. Aumento y diversificación de las exportaciones

La diversificación de mercados y productos es clave para el crecimiento de nuestros clientes, los que registran mejores resultados que los no clientes.

	<i>Cientes ProChile</i>	<i>No Clientes ProChile</i>
<i>N° de mercados promedio</i>	7,2	2,5
<i>Cantidad de productos promedio exportados</i>	5,7	3,7
<i>Generación de Empleo</i>	409.997	593.973
<i>N° de mercados promedio Pymex</i>	3,4	1,9
<i>Cantidad de productos promedio exportados por Pymex</i>	3,8	2,6
<i>Generación de Empleo por Pymex</i>	28.166	35.850

Estos resultados fueron impulsados por herramientas de apoyo con foco específico en empresas exportadoras, especialmente Pymes, disminuyendo la cantidad de participantes, para aumentar la inversión en cada uno de ellos.

Estos resultados fueron impulsados por herramientas de apoyo con foco específico en empresas exportadoras, especialmente Pymes, disminuyendo la cantidad de participantes, para aumentar la inversión en cada uno de ellos.

### 4. Más valor agregado

Con el objetivo de poner el talento chileno al centro de la canasta exportadora nacional, ProChile ha priorizado el trabajo con los sectores Servicios e Industrias y Economías Creativas, visibilizando y apoyando la internacionalización de valor agregado, innovación, tecnología, creatividad y talento que conlleva su oferta.

En base a cifras del Servicio Nacional de Aduanas, las exportaciones de Servicios en 2019 alcanzaron un registro histórico, con envíos por US\$ 1.266 millones, un aumento de 6,4% respecto al año anterior. Positivo desempeño en un contexto complejo en que las exportaciones de bienes disminuyeron un 8%.

Las exportaciones de servicios representan el 1,8% de las exportaciones totales del país. Entre 2003 y 2019 estos envíos han sextuplicado sus envíos, con una tasa de crecimiento promedio anual de 12%. Asimismo, se destaca el aumento en un 7,5% del número de empresas exportadoras de servicios (685), con respecto al periodo anterior.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación, TICs, se consolidaron en 2019 como el principal sector de envíos de servicios no tradicionales, cerrando con ventas por US\$ 369 millones, un 31% más que el año anterior.

Las empresas atendidas por ProChile el 2019 del sector de Servicios fueron 1.420. Del total de empresas atendidas por ProChile en 2019, 126 (9%) corresponden a empresas exportadoras, de las cuales 77 fueron Pymex.

En enero de 2020 se realizó el Encuentro Exportador, Enexpro IT, evento que estaba programado originalmente para octubre de 2019. El reagendamiento permitió la realización de 450 reuniones entre importadores provenientes de 15 países invitados por ProChile y más de cien exportadores chilenos del sector. Este evento proyectó negocios por US\$ 6,5 millones.

Por otro lado, las Industrias Creativas son el quinto sector económico mundial más grande en términos de volúmenes de venta. Se estima que el valor que genera las Industrias Creativas se movería en torno al 2,2% del PIB Chileno. A eso se suma que el sector suma más de 30 mil empresas, equivalentes al 3% del total nacional y genera el 6% de los empleos en el país. Del total de empresas del sector creativo, un 99% son MiPymes, mientras que sólo el 1% restante son grandes. En 2019, ProChile trabajó con 612 empresas. A su vez, durante 2019 se trabajó con 35 (5,7%) empresas exportadoras y, a nivel de Pymex, con 21 empresas.

En enero se realizó el Encuentro Exportador Enexpro “Chile, Talento Vivo”, evento previsto originalmente para noviembre de 2019. Esta actividad reunió a más de 200 empresas nacionales con una treintena de importadores de sectores como música, animación, audiovisual, editorial, moda, narrativa gráfica y videojuegos; a los que se sumaron siete profesionales de ProChile en mercados como España, Polonia, México, Brasil, Japón y Estados Unidos. La actividad arrojó un total de US\$3,1 millones de dólares en proyecciones de negocios (de los cuales US\$2,46 millones corresponde sólo a empresas del sector audiovisual) producto de la realización de 520 reuniones.

## 5. Innovación y emprendimiento

La innovación es un elemento clave para el desarrollo del país y así también la internacionalización de la innovación, por eso en 2018 la definimos como uno de nuestros ejes estratégicos y transversal. Este nuevo segmento de clientes enfrenta una realidad distinta que las empresas tradicionales, por eso ProChile tiene la misión de prepararlas y acompañarlas en su proceso de internacionalización.

Durante 2019 se realizaron 2 ProChile Innovation Summit Internacional (China y Alemania) y 3 ProChile Innovation Summit Regional (Coquimbo, Araucanía y Maule), además del Go Global, programa piloto implementado de manera conjunta entre ProChile y Corfo, orientado a promocionar emprendimientos chilenos, a través del financiamiento de una inmersión en un mercado de destino por hasta 3 meses.

Considerando que la promoción de la innovación chilena en el exterior es un nuevo eje estratégico, se dispuso la creación de un Consejo Asesor compuesto por reconocidos líderes nacionales, con el propósito de exponer las diferentes visiones de ProChile y definir en conjunto una efectiva promoción de los bienes y servicios con valor agregado.

El objetivo principal es alinear la estrategia de Innovación de ProChile con líderes y homólogos que asesoren en el diseño y la implementación de herramientas para apoyar este segmento. Durante el 2019 el Consejo Asesor sesiona cada 3 meses y está compuesto por:

- **Carlos Honorato** – ex director de ProChile. Actualmente CEO de empresas de tecnología.
- **Christoph Schiess** - presidente en TANICA, IGneous y Endeavor Chile
- **Conrad Von Igel** – Director Ejecutivo del Centro de Innovación UC Anacleto Angelini.
- **Fernanda Vicente** – emprendedora, presidenta de Mujeres del Pacífico.
- **Iván Vera** - Fundador y presidente Innspiral, Magical Startups y Turingo.
- **Wilson Pais** - Jefe de Tecnología de Microsoft

## 6. ProChile Digital

El proceso de transformación digital que estamos implementando en ProChile nos ha permitido repensar la forma en la que atendemos a nuestros usuarios con servicios que se adaptan a ellos y sus necesidades, lo que en la práctica ha significado optimizar nuestro modelo de atención y procesos internos.

Este eje contempló dos innovaciones en el quehacer institucional:

*Experiencia del Cliente:* contempló el rediseño de experiencia de usuario y omnicanalidad, con un nuevo Protocolo de Atención a Clientes, el desarrollo de un Minisitio de Estudios y la creación de un Acceso Único, que además permite que un empresario/a realice su Autodiagnóstico.

Paralelamente dio inicio al diseño de un nuevo sistema de gestión de clientes centralizado, que será implementado durante 2020, con una Base de Conocimiento para autoatención.

*Gestión Interna:* se digitalizaron la gestión documental y procesos administrativos, lo que permite dedicar más tiempo a labores estratégicas, cumpliendo además la meta de convertir a ProChile en una institución cero papel.

Por otro lado, se adoptaron plataformas tecnológicas colaborativas para fortalecer la coordinación de los funcionarios a distancia, que ha facilitado la realización de trabajo a distancia.

## 2 Resumen Ejecutivo Servicio

En julio de 2019 el Presidente Sebastián Piñera, junto al Ministro de Relaciones Exteriores, Teodoro Ribera, lanzaron la nueva Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales y la Dirección General de Promoción de Exportaciones, oficializando a ProChile como un servicio público centralizado, dependiente del Presidente de la República, a través de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores.

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 clientes 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.

A partir de la creación de ProChile como Servicio público, se ha generado un profundo proceso de modernización institucional, que ha incluido, entre otros hitos, la definición de una misión, visión y ejes estratégicos de trabajo, en un proceso llevado a cabo con participación de toda la institución y sus stakeholders; la definición de indicadores de desempeño y medición de resultados; la modernización de la Red Externa, que permitió expandir la cobertura internacional de ProChile con un menor costo; la diversificación de las herramientas de exportación y el potenciamiento de la oferta exportable en regiones.

### **Definiciones estratégicas:**

#### **Visión**

Ser el organismo público líder y de vanguardia que apoya la internacionalización de las empresas chilenas

#### **Misión**

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 ProChile 3.0**

- Identificar, aumentar y diversificar la oferta exportable, a través de las Oficinas Regionales.
- Monitorear, identificar y alertar las oportunidades, tendencias y barreras del comercio internacional, mediante las Oficinas Comerciales.
- Construir e implementar una estrategia de promoción para la oferta exportable innovadora y el emprendimiento con proyección internacional.
- Desarrollar capital humano especializado en Comercio Internacional, Promoción, Imagen País e Inversiones.
- Instalar un modelo de mejora continua que permita alcanzar una gestión institucional eficiente y transparente, en base a resultados y que responda a las actuales y futuras exigencias.

### **Focos Estratégicos ProChile 3.0**

- **Gestión:** reforzar la gestión tanto interna como en los procesos relacionados a la atención de empresas, con un claro enfoque al cliente, con el objetivo de transformar al Servicio: + digital, + cercano, + eficiente.
- **Región y Pymes:** Acelerar el proceso de internacionalización de las empresas regionales, con foco en las Pequeñas y Medianas empresas exportadoras, Servicios e Industrias 4.0, Industrias Creativas y Alimentos con valor agregado, a través del trabajo en terreno realizado por las Red Regional de 16 oficinas a lo largo del país.

- **Aumento y diversificación de las exportaciones:** 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, para generar nuevas oportunidades de negocios para el sector exportador.
- **Innovación y Emprendimiento:** 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 fortalecimiento de Chile como un hub regional de innovación y emprendimiento.
- **ProChile Digital:** Avanzar en Transformación Digital mediante la implementación de un conjunto de iniciativas, que basadas en el uso de la tecnología y en un cambio cultural, logren mejorar los servicios y herramientas que se entregan a las empresas para apoyar su proceso de internacionalización.
- **Imagen de Chile:** 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.

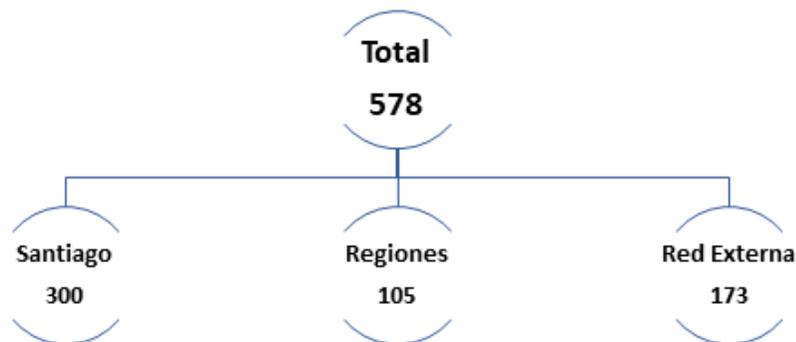
### Estructura institucional

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



### Dotación de personal

En 2019 el equipo de ProChile estuvo integrado por 578 personas, según la siguiente distribución geográfica.



De la total de funcionarios, un 57% son mujeres y un 42% de los cargos de jefaturas son ocupados por mujeres.

### Principales Autoridades en el año 2019

Cargo	Nombre
<i>Director General</i>	JORGE O'RYAN SCHÜTZ
<i>Directora de Asuntos Jurídicos</i>	PAULINA VALDERRAMA ARAVENA
<i>Director Administrativo</i>	HUGO CORALES COFRÉ
<i>Directora Nacional</i>	CAROLINA VÁSQUEZ MUÑOZ
<i>Jefa Departamento Dirección Internacional</i>	ROSE MARIE BEDECARRATZ DAMES
<i>Jefe Departamento Dirección de Desarrollo Estratégico</i>	MA. LÓRENA SEPULVEDA VILLA
<i>Jefe Departamento Dirección de Marketing y Eventos</i>	JOSÉ ARIAS SALAS

### **Ejecución presupuestaria**

El presupuesto de ProChile en 2019, según ley consolidada, fue de MM\$ 44.136.144. La ejecución presupuestaria alcanzó un 94,6%.

### **Rediseño de la Red Externa**

Durante 2019 se rediseñó la Red Externa de ProChile, en base a un estudio que permitió evaluar la pertinencia de su ubicación en el exterior, para adaptar la institución al proceso de modernización de la Cancillería y a las tendencias actuales del comercio exterior.

Esta nueva estrategia fue trabajada en conjunto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, propuesta y aprobada por el Presidente de la República.

Al momento de asumir la actual administración, la Red Externa de ProChile contaba con 55 oficinas comerciales en 45 economías en el mundo. Como resultado de este trabajo, se procedió a la reestructuración de la red externa de ProChile, que implica una nueva red constituida por 56 Oficinas, con presencia en 49 mercados, que nos permitirá acceder a un mercado de 5.159 millones de personas, el 70% de la población mundial, con un PIB per cápita promedio de US\$ 24.200.

Se lograron importantes sinergias con el Ministerio de Agricultura estableciendo directores conjuntos en algunos mercados y se definió la apertura de nuevas representaciones en Texas (EE.UU.), Belo Horizonte (Brasil) y Mumbai (India), por ser mercados de alto potencial para nuestra economía.

Todo lo anterior con un importante ahorro, que permite hacer un uso más eficiente de los recursos fiscales, basado en el real impacto de las oficinas comerciales, para dar un mejor servicio, que le permitan apoyar la diversificación y estímulo de las exportaciones de bienes y servicios, así como posicionar de la imagen de Chile en el exterior.

### **Información a la ciudadanía**

La interacción con la ciudadanía es un factor importante en el quehacer del Servicio, por esto se han abordado con la oportunidad y responsabilidad materias como Publicación de Información de Transparencia Activa, Gestión de Solicitudes de Acceso a la Información Pública, Atención Ciudadana (OIRS), Gestión de Solicitudes de audiencias y Publicación de viajes y donativos. A continuación, se resume el resultado de esta interacción:

<i>Sistema Integral de Atención Ciudadana</i>		
<i>OIRS</i>	Número de Atenciones Respondidas	260
<i>Transparencia</i>	Número de Solicitudes Respondidas	100
<i>Lobby</i>	Número de Audiencias Recibidas	172
	Número de Audiencias Publicadas	105
	Número de Viajes Publicados	438
	Numero de Donativos Publicados	16

*Estadísticas de acceso al portal [www.prochile.gob.cl](http://www.prochile.gob.cl)*

<i>Visitantes</i>	Número de visitantes que han hecho al menos una visita al sitio web	353.498
<i>Visitas</i>	Sesiones o visitas efectuadas al sitio de ProChile por los usuarios durante el periodo	625.763
<i>Nuevas visitas</i>	Sesiones efectuadas por visitantes que acceden al Sitio de ProChile por primera vez	342.756
<i>Páginas vistas</i>	Cantidad de páginas vistas	2.898.143

		<i>Redes Sociales</i>
<i>Facebook</i>	Fans	25.507
<i>Youtube</i>	Suscriptores	1.330
<i>Instagram</i>	Seguidores	10.423
<i>Twitter</i>	Seguidores	85.453

### **Compromisos Ministeriales**

Durante 2019 los 5 Compromisos Ministeriales de ProChile fueron:

1. Desarrollar actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los Estados 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 Internacionales, de la cual dependerán ProChile e InvestChile.
3. Potenciar el trabajo desde regiones para incorporar elementos regionales estratégicos en la promoción de exportaciones.
4. Priorizar programas y actividades de promoción con foco en los servicios y desarrollar programas enfocados en las Pymes exportadoras.
5. Rediseñar ProChile 3.0 como promotor de exportaciones, inversiones e Imagen País.

El Servicio desarrolló actividades planificadas, ejecutando el 65% en su totalidad, encontrándose las restantes en etapa de replanificación, debido a la coyuntura sanitaria mundial.

### **Cumplimiento instrumentos de gestión**

Los instrumentos de control de la gestión interna definidos por ley son:

- Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG);
- Convenio de Desempeño Colectivo (CDC); y,
- Convenio de Desempeño Institucional (CDI).

Todos fueron cumplidos en un 100% durante 2019, marcando un hito relevante, considerando que el Servicio inició sus actividades como tal el 1 de julio.

# 3 Resultados de la Gestión año 2019

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

En materia de promoción de exportaciones, los compromisos asociados al programa de gobierno presentan los siguientes resultados:

### 1. Gestión

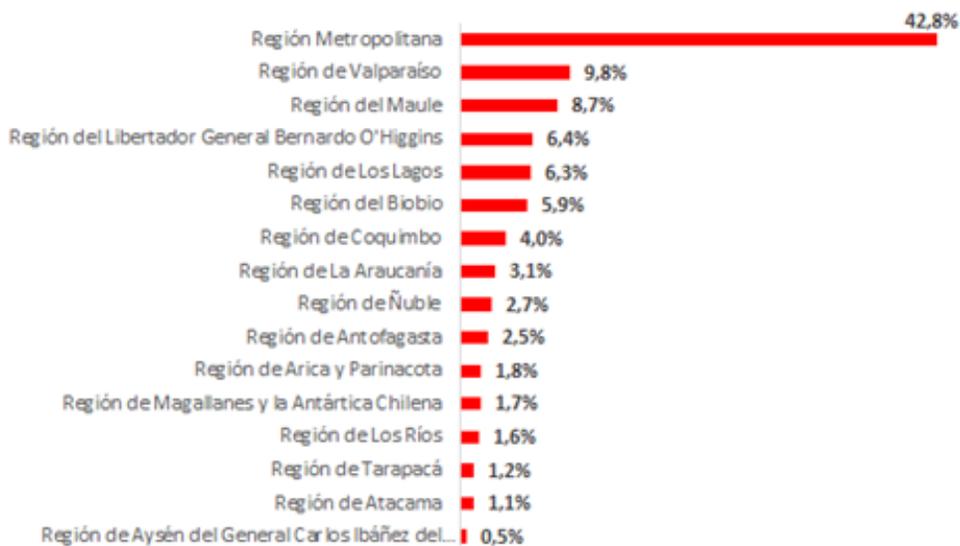
En 2019 ProChile trabajó con un 7% más de exportadores que en 2018, alcanzando 1.977 empresas exportadoras clientes, resultado del trabajo focalizado de acuerdo con los lineamientos estratégicos definidos por la Institución. Siguiendo la misma línea de trabajo, se evidencia un incremento de un 24% en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymex) atendidas respecto al 2018, representado el 51% (1.002) del total de los clientes exportadores 2019. En total, la institución apoyó a un total de 5.430 clientes.

En cuanto a la cobertura de trabajo, ProChile alcanzó un 30% (1.977) de las empresas exportadoras nacionales, a diferencia del 2018, en donde se logró un 28% (1.853) de participación. A nivel de monto FOB exportado, los clientes exportadores del 2019 lograron representar un 57% (US\$ 19.632 MM) de las exportaciones a nivel nacional (US\$ 34.168 MM), a diferencia del 2018, en donde representaron un 55%. Por su parte, la distribución sectorial de los clientes exportadores 2019 se observa de la siguiente manera: Agropecuario (47,5%), Manufacturas (28,9%), Vinos (15,8%), Pesca y Acuicultura (12,7%), Forestal (8,9%), Servicios (4,7%), Minerales no cobre (1,5%).

### 2. Pymes y regiones

En cuanto a los clientes exportadores (1.977), las regiones que tienen las más altas contribuciones al total institucional corresponden a: Metropolitana (42,8%); Valparaíso (9,8%); Maule (8,7%); O'Higgins (6,37%).

Distribución Regional de los Clientes Exportadores de ProChile 2019

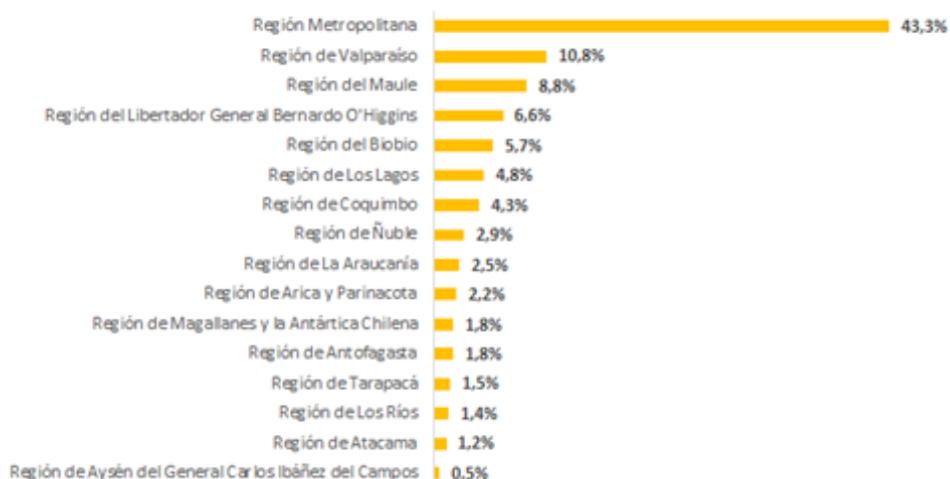


A nivel de tamaño de empresas, los clientes Pymex representan el 34% de las empresas pequeñas y medianas empresas exportadoras a nivel nacional, a diferencia del año anterior, en donde solo se alcanzó una cobertura del 26%. A nivel de monto FOB exportado también se generó un incremento importante, en donde los clientes Pymex 2019 alcanzaron una participación del monto FOB exportado del 55%, versus el 45% del 2018, evidenciándose un incremento del 10% de participación respecto al año anterior, como resultado del trabajo focalizado adoptado el 2019.

La distribución sectorial de las empresas Pymex apoyadas por ProChile se compone de la siguiente manera: Agropecuario (48%), Manufactura (20%), Vinos (17%), Pesca y Acuicultura (12%), Forestales (5%), Servicios (5%), Minerales no cobre (1%).

Las regiones que tienen las más altas contribuciones al total institucional corresponden a: Metropolitana (43,3%); Valparaíso (10,8%); Maule (8,8%); O'Higgins (6,6%).

#### Distribución Regional de los Clientes Pymex de ProChile 2019



### 3. Aumento y diversificación de las exportaciones

La diversificación de mercados y productos es clave para el crecimiento de nuestros clientes, los que registran mejores resultados que los no clientes.

	<i>Clientes ProChile</i>	<i>No Clientes ProChile</i>
<i>N° de mercados promedio</i>	7,2	2,5
<i>Cantidad de productos promedio exportados</i>	5,7	3,7
<i>Generación de Empleo</i>	409.997	593.973
<i>N° de mercados promedio Pymex</i>	3,4	1,9
<i>Cantidad de productos promedio exportados por Pymex</i>	3,8	2,6
<i>Generación de Empleo por Pymex</i>	28.166	35.850

Estos resultados fueron impulsados por herramientas de apoyo con foco específico en empresas exportadoras, especialmente Pymes, disminuyendo la cantidad de participantes, para aumentar la inversión en cada uno de ellos.

Estos resultados fueron impulsados por herramientas de apoyo con foco específico en empresas exportadoras, especialmente Pymes, disminuyendo la cantidad de participantes, para aumentar la inversión en cada uno de ellos.

### 4. Más valor agregado

Con el objetivo de poner el talento chileno al centro de la canasta exportadora nacional, ProChile ha priorizado el trabajo con los sectores Servicios e Industrias y Economías Creativas, visibilizando y apoyando la internacionalización de valor agregado, innovación, tecnología, creatividad y talento que conlleva su oferta.

En base a cifras del Servicio Nacional de Aduanas, las exportaciones de Servicios en 2019 alcanzaron un registro histórico, con envíos por US\$ 1.266 millones, un aumento de 6,4% respecto al año anterior. Positivo desempeño en un contexto complejo en que las exportaciones de bienes disminuyeron un 8%.

Las exportaciones de servicios representan el 1,8% de las exportaciones totales del país. Entre 2003 y 2019 estos envíos han sextuplicado sus envíos, con una tasa de crecimiento promedio anual de 12%. Asimismo, se destaca el aumento en un 7,5% del número de empresas exportadoras de servicios (685), con respecto al periodo anterior.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación, TICs, se consolidaron en 2019 como el principal sector de envíos de servicios no tradicionales, cerrando con ventas por US\$ 369 millones, un 31% más que el año anterior.

Las empresas atendidas por ProChile el 2019 del sector de Servicios fueron 1.420. Del total de empresas atendidas por ProChile en 2019, 126 (9%) corresponden a empresas exportadoras, de las cuales 77 fueron Pymex.

En enero de 2020 se realizó el Encuentro Exportador, Enexpro IT, evento que estaba programado originalmente para octubre de 2019. El reagendamiento permitió la realización de 450 reuniones entre importadores provenientes de 15 países invitados por ProChile y más de cien exportadores chilenos del sector. Este evento proyectó negocios por US\$ 6,5 millones.

Por otro lado, las Industrias Creativas son el quinto sector económico mundial más grande en términos de volúmenes de venta. Se estima que el valor que genera las Industrias Creativas se movería en torno al 2,2% del PIB Chileno. A eso se suma que el sector suma más de 30 mil empresas, equivalentes al 3% del total nacional y genera el 6% de los empleos en el país. Del total de empresas del sector creativo, un 99% son MiPymes, mientras que sólo el 1% restante son grandes. En 2019, ProChile trabajó con 612 empresas. A su vez, durante 2019 se trabajó con 35 (5,7%) empresas exportadoras y, a nivel de Pymex, con 21 empresas.

En enero se realizó el Encuentro Exportador Enexpro "Chile, Talento Vivo", evento previsto originalmente para noviembre de 2019. Esta actividad reunió a más de 200 empresas nacionales con una treintena de importadores de sectores como música, animación, audiovisual, editorial, moda, narrativa gráfica y videojuegos; a los que se sumaron siete profesionales de ProChile en mercados como España, Polonia, México, Brasil, Japón y Estados Unidos. La actividad arrojó un total de US\$3,1 millones de dólares en proyecciones de negocios (de los cuales US\$2,46 millones corresponde sólo a empresas del sector audiovisual) producto de la realización de 520 reuniones.

## 5. Innovación y emprendimiento

La innovación es un elemento clave para el desarrollo del país y así también la internacionalización de la innovación, por eso en 2018 la definimos como uno de nuestros ejes estratégicos y transversal. Este nuevo segmento de clientes enfrenta una realidad distinta que las empresas tradicionales, por eso ProChile tiene la misión de prepararlas y acompañarlas en su proceso de internacionalización.

Durante 2019 se realizaron 2 ProChile Innovation Summit Internacional (China y Alemania) y 3 ProChile Innovation Summit Regional (Coquimbo, Araucanía y Maule), además del Go Global, programa piloto implementado de manera conjunta entre ProChile y Corfo, orientado a promocionar emprendimientos chilenos, a través del financiamiento de una inmersión en un mercado de destino por hasta 3 meses.

Considerando que la promoción de la innovación chilena en el exterior es un nuevo eje estratégico, se dispuso la creación de un Consejo Asesor compuesto por reconocidos líderes nacionales, con el propósito de exponer las diferentes visiones de ProChile y definir en conjunto una efectiva promoción de los bienes y servicios con valor agregado.

El objetivo principal es alinear la estrategia de Innovación de ProChile con líderes y homólogos que asesoren en el diseño y la implementación de herramientas para apoyar este segmento. Durante el 2019 el Consejo Asesor sesiona cada 3 meses y está compuesto por:

- **Carlos Honorato** – ex director de ProChile. Actualmente CEO de empresas de tecnología.
- **Christoph Schiess** - presidente en TANICA, IGneous y Endeavor Chile
- **Conrad Von Igel** – Director Ejecutivo del Centro de Innovación UC Anacleto Angelini.

- **Fernanda Vicente** – emprendedora, presidenta de Mujeres del Pacífico.
- **Iván Vera** - Fundador y presidente Innspiral, Magical Startups y Turingo.
- **Wilson Pais** - Jefe de Tecnología de Microsoft

## 6. ProChile Digital

El proceso de transformación digital que estamos implementando en ProChile nos ha permitido repensar la forma en la que atendemos a nuestros usuarios con servicios que se adaptan a ellos y sus necesidades, lo que en la práctica ha significado optimizar nuestro modelo de atención y procesos internos.

Este eje contempló dos innovaciones en el quehacer institucional:

*Experiencia del Cliente:* contempló el rediseño de experiencia de usuario y omnicanalidad, con un nuevo Protocolo de Atención a Clientes, el desarrollo de un Minisitio de Estudios y la creación de un Acceso Único, que además permite que un empresario/a realice su Autodiagnóstico.

Paralelamente dio inicio al diseño de un nuevo sistema de gestión de clientes centralizado, que será implementado durante 2020, con una Base de Conocimiento para autoatención.

*Gestión Interna:* se digitalizaron la gestión documental y procesos administrativos, lo que permite dedicar más tiempo a labores estratégicas, cumpliendo además la meta de convertir a ProChile en una institución cero papel.

Por otro lado, se adoptaron plataformas tecnológicas colaborativas para fortalecer la coordinación de los funcionarios a distancia, que ha facilitado la realización de trabajo a distancia.

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

ProChile a través de sus Productos Estratégicos a entregado los siguientes servicios:

### • 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 en las economías internacionales.

Durante 2019 se realizaron un total de 296 estudios elaborados por las Oficinas Comerciales de ProChile:

	Claves	Modulares	Transversales	TOTAL
África	2	8	2	12
América	16	72	41	129
Asia	12	48	18	78
Europa	13	49	15	77
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>177</b>	<b>76</b>	<b>296</b>

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

El producto Capacitación y Asesoría para el desarrollo de capacidades exportadoras tiene por objeto proveer un conjunto de acciones de formación que las empresas desarrollen o mejoren sus capacidades de internacionalización y exportación, atendiendo la etapa de desarrollo en que se encuentran.

ProChile a través de la capacitación busca fortalecer las competencias y habilidades de gestión necesarias para que las empresas chilenas logren enfrentar un proceso de internacionalización exitoso.

De acuerdo a la etapa de desarrollo de las empresas, ProChile aborda temáticas entre las que destacan: proceso exportador de bienes y servicios, desarrollo o adecuación de estrategia comercial internacional, comercio internacional, comercio electrónico y oportunidades de mercado; lo anterior se logra a través de la participación de las empresas en talleres de Etapa Introductoria, talleres de Etapa Intermedia, taller de Etapa Avanzada y coaching.

Durante 2019 se realizaron más 400 talleres en sus diferentes formas, beneficiando a más de 1.700 empresas de todo el país.

N° de talleres realizados en 2019

Región	Talleres Etapa Introductoria	Taller Etapa Intermedia	Taller Etapa Avanzada	Coaching	Talleres, seminarios, desayunos y otros	Total
DIR. REG. EN LA I REGION DE TARAPACA		3			6	9
DIR. REG. EN LA II REGION DE ANTOFAGASTA	6	7			10	23
DIR. REG. EN LA III REGION DE ATACAMA					4	4
DIR. REG. EN LA IV REGION DE COQUIMBO					18	18
DIR. REG. EN LA IX REGION DE LA ARAUCANIA		1			3	4
DIR. REG. EN LA REGION DE ÑUBLE		1			11	12
DIR. REG. EN LA REGION METROPOLITANA	3	3	2	1	23	32
DIR. REG. EN LA V REGION DE VALPARAISO					23	23
DIR. REG. EN LA VI REGION DEL LIBERTADOR B. OHIGGINS			1		169	170
DIR. REG. EN LA VII REGION DEL MAULE		1			57	58
DIR. REG. EN LA VIII REGION DEL BIOBIO		1			11	12
DIR. REG. EN LA X REGION DE LOS LAGOS					10	10
DIR. REG. EN LA XI REGION DE AYSEN					5	5
DIR. REG. EN LA XII REGION DE MAGALLANES					6	6
DIR. REG. EN LA XIV REGION DE LOS RIOS		1			12	13
DIR. REG. EN LA XV REGION DE ARICA Y PARINACOTA					4	4
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>372</b>	<b>403</b>

N° de empresas participantes en 2019

Región	Talleres Etapa Introductoria	Taller Etapa Intermedia	Taller Etapa Avanzada	Coaching	Talleres, seminarios, desayunos y otros	Total
DIR. REG. EN LA XV REGION DE ARICA Y PARINACOTA					64	64
DIR. REG. EN LA I REGION DE TARAPACA		65			105	170
DIR. REG. EN LA II REGION DE ANTOFAGASTA	118	93			64	275
DIR. REG. EN LA III REGION DE ATACAMA					22	22
DIR. REG. EN LA IV REGION DE COQUIMBO					151	151
DIR. REG. EN LA IX REGION DE LA ARAUCANIA		18			79	97
DIR. REG. EN LA REGION DE ÑUBLE		16			201	217
DIR. REG. EN LA REGION METROPOLITANA	59	70	41	10	234	414
DIR. REG. EN LA V REGION DE VALPARAISO					363	363
DIR. REG. EN LA VI REGION DEL LIBERTADOR B. OHIGGINS			1		169	170
DIR. REG. EN LA VII REGION DEL MAULE		21			214	235
DIR. REG. EN LA VIII REGION DEL BIOBIO		23			157	180
DIR. REG. EN LA X REGION DE LOS LAGOS					58	58
DIR. REG. EN LA XI REGION DE AYSEN					38	38
DIR. REG. EN LA XII REGION DE MAGALLANES					61	61
DIR. REG. EN LA XIV REGION DE LOS RIOS		8			94	102
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>314</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>2.074</b>	<b>2.617</b>

• **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.

- **Ferias Internacionales:** permiten el contacto directo con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión, exponiendo la marca frente a los miles de visitantes que recibe el moderno y llamativo Pabellón de Chile en el mundo. Además, permite conocer tendencias y potencialidad de productos en los distintos mercados.

Durante 2019 se participó en 40 ferias internacionales, a las que asistieron un total de 658 empresas.

<i>Empresas Exportadoras</i>	77%
<i>Proyección de Negocios</i>	US\$ 1.406 millones
<i>Inversión</i>	US\$ 2,6 millones
<i>Retorno de la Inversión (ROI)</i>	US\$ 533
<i>Sectores participantes</i>	Industrias Creativas (33%) Alimentos (30%) Servicios (18%) Industrias (5%) Productos del Mar (3%) Minería (3%) Innovación (3%)

- **Ruedas de Negocios:** evento en el que las empresas participantes pueden sostener reuniones de negocios con compradores y contrapartes extranjeras, para dar a conocer su oferta e identificar oportunidades concretas de negocio en determinados mercados.

**Ruedas de Negocio Internacionales:** se realizaron 15 Ruedas de Negocios Internacionales, en las que participaron un total de 191 empresas chilenas.

<i>Empresas Exportadoras Participantes</i>	47%
<i>Proyección de Negocios</i>	US\$ 89,7 millones
<i>Inversión</i>	US\$ 550 mil
<i>Retorno de la Inversión</i>	US\$ 162
<i>Sectores participantes</i>	Multisectorial (50%) Minería (25%) Alimentos (13%) Forestal (13%)

**Ruedas de Negocio Nacionales:** se realizaron 5 Ruedas de Negocios Nacionales, en las que participaron un total de 508 empresas chilenas.

<i>Empresas Exportadoras Participantes</i>	41%
<i>Proyección de Negocios</i>	US\$ 126,5 millones
<i>Inversión</i>	US\$ 557 mil
<i>Retorno de la Inversión</i>	US\$ 218
<i>Sectores participantes</i>	Multisectorial (29%) Alimentos (29%) Minería (14%) Servicios (29%)

- **Marcas Sectoriales:** concurso público para proyectos que buscan potenciar un sector productivo nacional, fortaleciendo su posicionamiento internacional, a través del diseño e implementación de marcas representativas de sectores que contribuyan a la imagen de Chile en el exterior.

Durante 2019 se trabajó con 19 marcas activas, de las cuales 13 tuvieron presupuestos vigentes, en las que participaron 12 gremios y 24 Instituciones de Educación Superior.

- **Fondos Concursables ProChile:** concurso público creado para fomentar las exportaciones, a través del cofinanciamiento y apoyo en la gestión de diferentes proyectos, tanto de actuales exportadores, como de aquellas empresas con potencial de internacionalización.

**Fondos Concursables Sectoriales:** apoyan la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2019, se asignó de acuerdo al siguiente detalle.

<i>Sector</i>	<i>Gremios beneficiados</i>	<i>Inversión</i>
<i>Silvoagropecuario</i>	25	88%
<i>Industrias</i>	2	1%
<i>Servicios</i>	18	11%

**Fondos Concursables Empresariales:** apoyan estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización. Durante 2019 se apoyó a un 47% de empresas exportadoras y un 31% PYMEX.

<i>Sector</i>	<i>Empresas Beneficiadas</i>	<i>Inversión</i>
<i>Silvoagropecuario</i>	162	56%
<i>Industrias</i>	66	23%
<i>Servicios</i>	68	21%

Desde el punto de vista regional, la distribución geográfica de los fondos concursables empresariales adjudicados para ejecución en año 2019 se detalla a continuación:

	<i>Distribución Sectorial de los Fondos Regionales Asignados 2019</i>			<i>Asignación Regional del Total de Recursos Asignados 2019</i>
	<i>Industrias</i>	<i>Servicios</i>	<i>Silvoagropecuario</i>	<i>Total Regional</i>
<i>Región de Arica y Parinacota</i>	27%	12%	61%	3%
<i>Región de Tarapacá</i>	21%	45%	34%	4%
<i>Región de Antofagasta</i>	100%	0%	0%	2%
<i>Región de Atacama</i>	0%	0%	100%	2%
<i>Región de Coquimbo</i>	0%	2%	98%	5%
<i>Región de Valparaíso</i>	20%	41%	40%	10%
<i>Región Metropolitana</i>	35%	35%	30%	34%
<i>Región del Libertador General Bernardo O'Higgins</i>	4%	0%	96%	11%
<i>Región del Maule</i>	11%	3%	87%	9%
<i>Región de Ñuble</i>	0%	0%	100%	2%
<i>Región del Biobío</i>	23%	13%	64%	5%
<i>Región de la Araucanía</i>	13%	8%	79%	4%
<i>Región de Los Ríos</i>	44%	0%	56%	3%
<i>Región de Los Lagos</i>	25%	40%	35%	3%
<i>Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campos</i>	10%	7%	83%	1%
<i>Región de Magallanes y La Antártica Chilena</i>	43%	8%	49%	1%
<b><i>Total general</i></b>	<b>23%</b>	<b>21%</b>	<b>56%</b>	<b>100%</b>

#### • Nuevas herramientas

**ProChile a Tu Medida:** Programa creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación de las Pymes en el comercio internacional. El programa busca que los beneficiarios logren aumentar sus exportaciones en volumen y/o monto y diversificar mercados de exportación en el mediano plazo para mejorar sus indicadores y contribuir así, al crecimiento económico regional y nacional.

Durante 2019, la implementación piloto benefició a 25 empresas, de un total de 72 postulantes, de las regiones Metropolitana, Valparaíso, Maule, Biobío y Los Lagos.

**ChileB2B:** Primer Marketplace público para exportadores nacionales, que visibiliza la oferta en una sola plataforma de comercio electrónico, para facilitar el conocimiento y negociación a los importadores. Este formato permite acotar las distancias y barreras y está muy en línea a las nuevas formas de realizar negocios.

A un año, alcanzó 900 exportadores y 749 Importadores, con un catálogo de más de 1.800 productos y servicios, 25.000 visitas de 90 países y negociaciones en curso proyectadas en US\$ 27 millones.

**ProChile Innovation Summit Internacional:** misión comercial de dos días enfocada en facilitar el contacto entre Pymes y emprendedores con los ecosistemas de innovación alrededor del mundo, promoviendo, al mismo tiempo, la internacionalización de nuevos sectores de la economía chilena.

---

*Mercados*    China y Alemania

---

*Beneficiarios*    20 empresas

---

**ProChile Innovation Summit Regional:** parte de la estrategia que promueve la descentralización y el fomento de la economía regional, en este caso en materia de innovación. Además de actividades de networking, contempla capacitaciones en materias de innovación e internacionalización, y paneles de casos de éxito regional.

---

<i>Regiones</i>	Coquimbo, Araucanía y Maule
<i>Beneficiarios</i>	107 empresas

---

**Go Global:** Programa piloto implementado de manera conjunta entre ProChile y Corfo, orientado a promocionar emprendimientos chilenos, a través del financiamiento de una inmersión en un mercado de destino por hasta 3 meses, con servicios de un Key Account Manager y disponibilidad de un CoWork.

---

<i>Mercados</i>	Perú, Colombia, México, Estados Unidos
<i>Beneficiarios</i>	57 empresas
<i>Exportadoras</i>	9%
<i>ROI</i>	\$59.74

---

# 4 Desafíos para el período de Gobierno 2020 - 2022

## DESAFÍOS INSTITUCIONALES 2020

Estamos en un momento único de la historia reciente de Chile. La pandemia del COVID-19 es considerada la mayor crisis sanitaria desde la fiebre española en 1918 y se prevé que sus efectos en la economía podrían afectar a Chile con la mayor recesión económica desde 1980.

La naturaleza de la crisis gatillará diversos cambios, algunos de carácter temporal, otros permanentes. No sólo cambiará nuestros hábitos de higiene y sociales, sino también impactará en el comercio exterior, en las formas en cómo este se desarrolla y en las prioridades de consumo en los mercados.

Sobre la base de este cambio en las reglas del juego -el distanciamiento social, el cierre de fronteras para el libre movimiento de personas, cambios en los hábitos de vida-, ProChile está trabajando en replantear su rol y estrategia, con el objetivo de convertirse en el mejor prestador de servicios para el sector exportador nacional.

Los nuevos lineamientos de la estrategia de promoción se han construido sobre la base de las definiciones estratégica de ProChile 3.0:

- Continuidad del trabajo con empresas exportadoras, con especial foco en pequeñas y medianas exportadoras.
- Prioridad en aquellas empresas esenciales para sostener el crecimiento del país y en la generación de empleo
- Definición de 17 mercados estratégicos, diferenciados entre aquellos como primera prioridad por volumen: China, EE.UU., Japón, Brasil, Perú, Corea, Holanda, España y Colombia, y segunda prioridad por oportunidades estratégicas: Reino Unido, Suiza, Alemania, México, India, los países que conforman Asean, MENA y Alianza del Pacífico.
- Macrosectores relevantes: silvoagropecuario, servicios e industrias 4.0, economía creativa.
- Focos transversales: Innovación, sostenibilidad, mujeres y pueblos originarios.

Con estos ajustes ProChile mantendrá apoyo a 1.970 empresas exportadoras, 1.000 Pymex -que representaron en 2019 el 57% de las exportaciones de bienes y servicios no cobre, y generaron 410.000 empleos.

Cómo lograremos estas metas

- Transformación Digital: implementando soluciones tecnológicas que permitan lograr procesos internos y externos eficientes, en el marco de la política de transformación digital institucional y de Gobierno.
- Fortalecimiento de las capacidades internas, para entregar cada vez un mejor servicio
- Aumento de la eficiencia de la gestión y administración interna: implementación del sistema de gestión de clientes, mejora de plataformas de comercio electrónico, accesos digitales y otros.
- Inteligencia de mercado: fortaleceremos herramientas para mejorar la inteligencia de mercado y focalizar el levantamiento de información, con el foco puesto en el seguimiento por sectores y regiones que nos permitan enfrentar de mejor manera las contingencias que pudieran afectar a las exportaciones y a nuestros clientes.
- Inversión estratégica: reestructuración de herramientas de promoción entregados a los distintos sectores exportadores, de acuerdo a sus necesidades e impacto en la economía.
- Priorización de actividades de promoción digital por sobre las tradicionales, para que los exportadores se mantengan vigentes en los mercados y ante sus compradores, a pesar de las restricciones de movimiento. A medida que se puede desarrollar actividades presenciales, se privilegiarán las ruedas de negocios en un cuatrimestre móvil.

Esta nueva estrategia está orientada a la consecución de las siguientes metas a mediano plazo:

	2018	2019	2020	2022	2025
<i>Exportadores</i>	28%	30%	33%	40%	45%
<i>Pymex</i>	26%	34%	36%	45%	50%
<i>Exportaciones</i>	55%	57%	62%	66%	70%

En etapa de implementación se encuentra el “Consejo de la Sociedad Civil”, mecanismo de participación ciudadana establecida para todos los Servicios Públicos conforme la ley 20.500.

Está pendiente la elaboración del “Código de Ética” institucional. (Agenda para la transparencia y probidad, Servicio Civil)

# 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.

#### Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2019

Nr	Descripción
----	-------------

#### Objetivos Ministeriales

##### Nr. Objetivo

- 6 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.
- 9 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.
- 10 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.
- 11 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

Nr. Objetivo	Objetivos Ministeriales	Productos Estratégicos
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 de del trabajo en terreno realizado por la Red regional.	6	1,2,3
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.	6	1,2,3

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 fortalecimiento de Chile como un hub regional de innovación y emprendimiento.	6	1,2,3
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.	6	1,2,3
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.	6	1,2,3

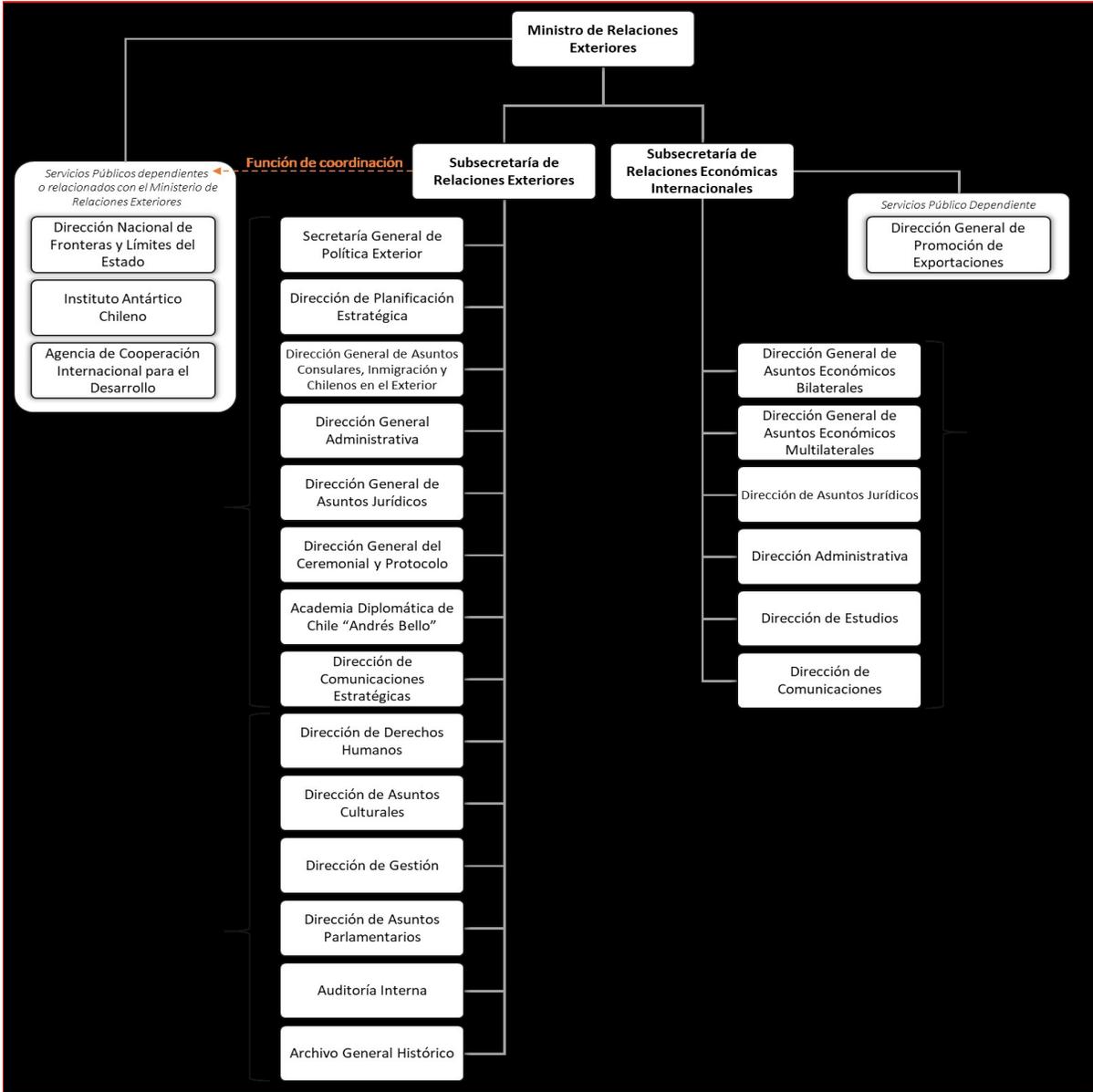
### Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

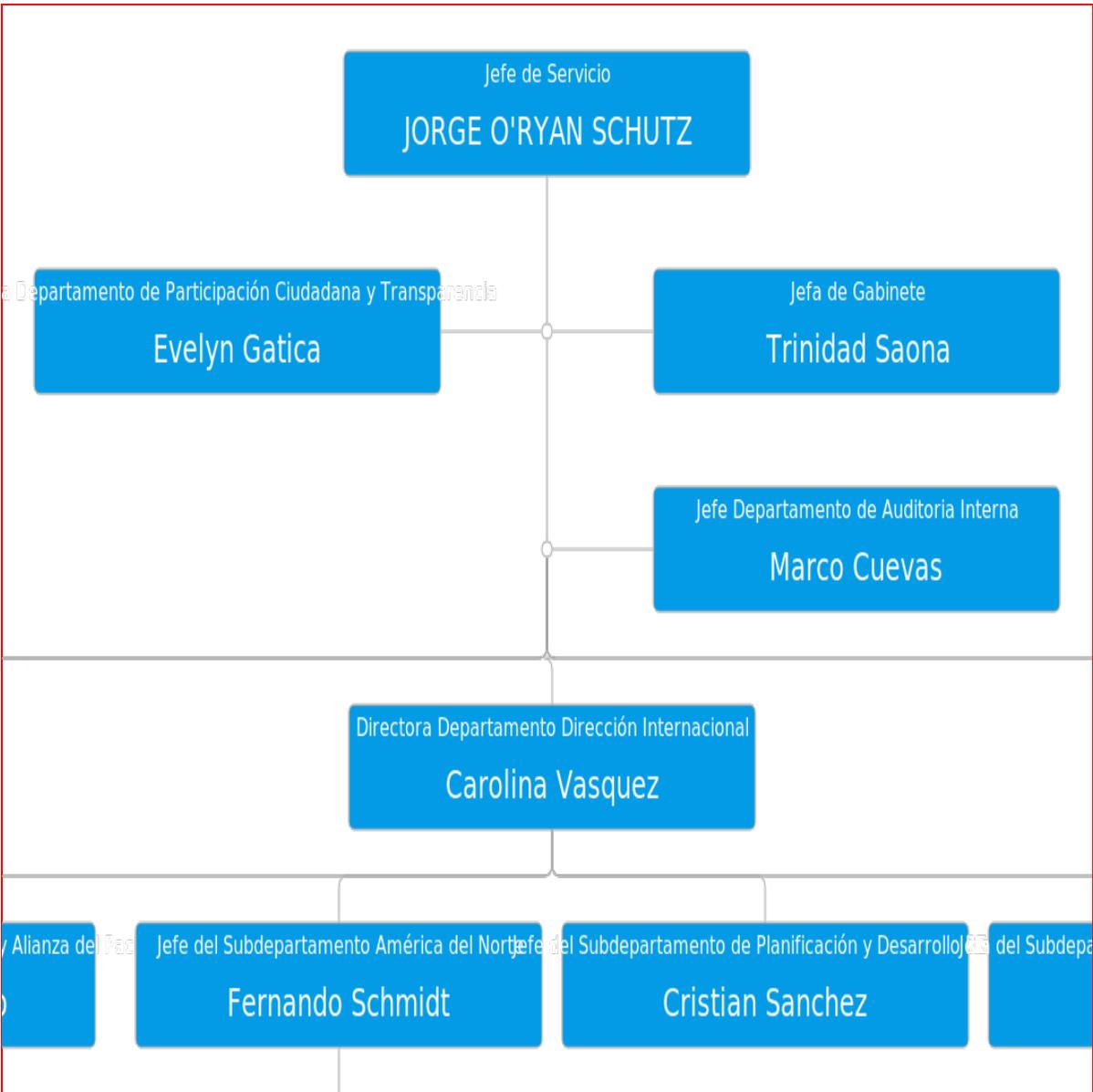
Nr. Producto	Descripción	Clientes	
1	Generación y difusión de información de comercio exterior	Desarrollo de acciones enfocadas al monitoreo, selección, organización y procesamiento del conocimiento de los mercados internacionales; análisis, desarrollo y difusión de estadísticas, tendencias, oportunidades 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.	1,2,3,4
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.	1,2,4
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.	1,2,3,4

### Clientes / Beneficio / Usuarios

Nr. Descripción	Cantidad
1 Empresas exportadoras: Las cifras disponibles corresponden a empresas exportadoras del país año 2018, de acuerdo a datos procesados con base a información del Servicio Nacional de Aduanas.	6.529
2 Empresas con potencial exportador: Las cifras corresponden a contribuyentes año 2016, 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.	9.762
3 Asociaciones gremiales, año 2017. (Fuente: Sistema de Registro de Actividades - PROCHILE)	94
4 Empresas importadoras internacionales (Fuente: CRM Oficom, ProChile)	9.196

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio





### c) Principales Autoridades

<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>
Jefe de Servicio	JORGE O'RYAN SCHUTZ
Jefa Departamento de Participación Ciudadana y Transparencia	Evelyn Gatica
Jefa de Gabinete	Trinidad Saona
Jefe Departamento de Auditoría Interna	Marco Cuevas
Directora Dirección de Asuntos Jurídicos	Paulina Valderrama
Jefe del Departamento de Procesos de Promoción de Exportaciones	Tomas Pacheco
Jefa del Departamento de Derecho Nacional y Contratación en el Exterior	Maria Teresa Saldias
Director Departamento Dirección de Marketing y Eventos	José Arias
Jefe del Subdepartamento de Comunicaciones	Hernando Hernandez
Jefa del Subdepartamento de Marcas Sectoriales	Claudia Moreno
Jefe del Subdepartamento de Marketing	Claudio Sepulveda
Jefa del Subdepartamento de Eventos	Francisca Rifo
Jefe del Subdepartamento de Ferias	Diego Mcintosh
Directora Dirección Nacional	Lorena Sepulveda
Jefa del Departamento Subdirección Sectorial	Cynthia Carrasco
Jefe del Subdepartamento de Economía Creativa	Raul Vilches
Jefe del Subdepartamento de Servicios e Industrias 4.0	Rodrigo Valenzuela
Jefa del Subdepartamento Agro y Alimentos	Rossana Zamorano
Jefe del Departamento Subdirección Innovación y Competitividad	Jaime Velarde
Jefe del Subdepartamento de Sostenibilidad	Catalina Cuevas
Jefe del Subdepartamento de Género y Pueblos Originarios	Vacante
Jefe del Subdepartamento de Ecommerce	Daniel Jimenez
Jefa del Subdepartamento de Innovación	Sofia del Sante
Jefe del Departamento Subdirección Regional	Felipe Neumann
Macrozonal Zona Centro Norte	Oficina Regional
Macrozonal Zona Sur	Oficinas Regionales
Macrozonal Zona Centro Sur	Oficinas Regionales
Macrozonal Zona Norte	Oficinas Regionales
Jefa del Subdepartamento de Gestión Regional	Sandra Merino
Jefe del Subdepartamento de Certificación y Verificación de Origen	Miguel Arevalo
Directora Departamento Dirección Internacional	Carolina Vasquez
Jefa Sección Centroamérica y el Caribe	Silvana Gattini
Jefa del Subdepartamento Sudamérica , Cuba y Alianza del Pacífico	Macarena Verdugo
Sudamérica, Cuba y Alianza del Pacífico	Oficinas Comerciales
Jefe del Subdepartamento América del Norte	Fernando Schmidt
América del Norte	Oficinas Comerciales
Jefe del Subdepartamento de Planificación y Desarrollo REDEX	Cristian Sanchez
Jefa del Subdepartamento Europa, África y Medio Oriente	Carmen Vivanco
Europa, África y Medio Oriente	Oficinas Comerciales
Jefe del Subdepartamento Asia y Oceanía	Alberto Cañas
Asia y Oceanía	Oficinas Comerciales
Director Departamento Dirección de Desarrollo Estratégico	Marcelo Sobarzo
Jefa del Subdepartamento de Servicios Integrados para la Exportación	Talia Muñoz

Jefa del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado	Marcela Gonzalez
Jefe del Subdepartamento de Planificación	Mario Lavin
Jefa del Subdepartamento de Transformación Digital	Daniela Chadud
Jefa del Subdepartamento Secretaria Ejecutiva de Promoción de Exportaciones	Marie Wainwright
Jefa del Subdepartamento de Gestión Institucional	Paulina Espinoza
Director Administrativo	Hugo Corales
Jefe del Departamento de Gestión y Planificación	Leonardo Banda
Jefa del Departamento de Red Externa	Maria Claudia Plaza
Jefe del Subdepartamento de Personal de Red Externa	Rolando Campos
Jefa del Subdepartamento Operación Red Externa	Ingrid Lopez
Jefe Departamento de Gestión de Personas	Claudio Osorio
Jefa del Subdepartamento de Desarrollo de Personas	Camila Fabres
Jefa del Subdepartamento de Remuneraciones	Daniela Monsalve
Jefa del Subdepartamento de Administración de Personal	Maria Veronica Olea
Jefa Departamento de Compras	Patricia Gillibrand
Jefe del Subdepartamento de Servicios Generales	Juan Carlos Venegas
Jefe del Subdepartamento de Adquisiciones Nacionales	Rodrigo Herrera
Jefa del Subdepartamento de Adquisiciones en el Exterior	Mariana Cares
Jefa del Subdepartamento de Viajes Institucionales	Constanza Villavicencio
Jefe del Departamento de Planificación y Control de Programas de Promoción	Rolando Vicencio
Jefe del Subdepartamento de Planificación y Asignación de Recursos	Vacante
Jefe del Subdepartamento de Control de Programas de Promoción	Carlos Nuñez
Jefa del Subdepartamento de Gestión Documental y Oficina de Partes	Cristina Cayupi
Jefe del Departamento de Finanzas	Sebastian Fernandez
Jefa del Subdepartamento de Transferencias	Camila Sempe
Jefe del Subdepartamento de Análisis de Cuentas	Jonathan Llanos
Jefe del Subdepartamento de Tesorería	Cristopher Aros
Jefa del Subdepartamento de Contabilidad	Carolina Cifuentes
Jefa del Subdepartamento de Presupuesto	Maria Pino
Jefe de Departamento de Informática	Benjamin Coderch
Jefe del Subdepartamento de Soporte	Camilo Perez
Jefe del Subdepartamento de Proyectos Tecnológicos	Mario Leiva
Jefe del Subdepartamento de Mant. de Sistemas	Luis Echenique
Jefe del Subdepartamento de Adm. de Plataforma	Eduardo Maldonado

---

# Anexo 4

Indicadores de Desempeño año 2016 - 2019

**Resultado Global año 2019 : %**

---

# Anexo 5 Compromisos de Gobierno 2018 - 2022

## Estado de los compromisos

<b>Compromiso</b>	<b>Estado</b>
Desarrollar actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los Estados de la Alianza del Pacífico.	En Proceso
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.	En Proceso
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.	En Proceso

---

# **Anexo 6** Evaluaciones

No aplica a este Servicio

# Anexo 7 Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2019

## Objetivos de Gestión

Objetivos de Gestión	N° Indicadores comprometidos	% Ponderación Comprometida	% Ponderación obtenida
Gestión Eficaz	4	80,00%	80,00%
Eficiencia Institucional	2	20,00%	20,00%
<b>Total</b>		<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## Detalles Compromisos

Nombre Indicador	COMPROMISO / META 2019	EFFECTIVO 2019	CUMPLIMIENTO	Ponderación comprometida 2019	Ponderación obtenida 2019
<b>Gestión Eficaz</b>				<b>80,00%</b>	<b>80,00%</b>
Planificación / Control de Gestión	Hasta objetivo 1	100.00%	100.00%	25.00%	25.00%
Porcentaje de controles de seguridad de la información implementados respecto del total definido en la Norma NCh-ISO 27001, al año t.	Medir	4.00%	Cumple	25.00%	25.00%
Tasa de accidentabilidad por accidentes del trabajo en el año t.	Medir	0.26%	Cumple	20.00%	20.00%
Porcentaje de medidas para la igualdad de género del Programa de Trabajo implementadas en el año t	Medir	67.00%	Cumple	10.00%	10.00%
<b>Eficiencia Institucional</b>				<b>20,00%</b>	<b>20,00%</b>
Porcentaje de ejecución de Gasto de subtítulos 22 y 29 en el año t, respecto del Presupuesto inicial de Gasto de subtítulos 22 y 29 año t	Medir	99.00%	Cumple	10.00%	10.00%
Porcentaje de ejecución presupuestaria en el mes de diciembre del año t respecto a la ejecución del gasto total del año t	Medir	46.00%	Cumple	10.00%	10.00%

**Porcentaje de Cumplimiento Global 100%**

**Porcentaje de incremento por desempeño institucional 7.6%**

**Porcentaje del bono 100%**

**Notas explicativas**



---

# Anexo 8

## Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2018 - 2022

Cuadro 11 - Cumplimiento de Desempeño Colectivo años 2018 - 2019

N°	Año	Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo	Número de Metas Comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
1	2019	1	234	3	100	8%
2	2019	2	117	3	100	8%

### Resumen

**Monto a Pagar (pesos \$)**

\$ 477.391.071

**Monto promedio por persona (pesos \$)**

\$ 1.348.562

**% del gasto total en subtítulo 21**

4 %

---

# Anexo 9

## Resultados en la Implementación de medidas de Género 2018 - 2022

### Resultados

#### Programa Mujer Exporta 2019

Principales acciones.

- 1.- Actualización de Catastro de Empresas lideradas por mujeres beneficiarias de ProChile.
- 2.- Capacitaciones en las regiones de Ñuble, Valparaíso y Metropolitana dirigidas a empresas lideradas por mujeres para postular a la herramienta Concursos.
- 3.- Actividades de networking regionales orientados a conectar a las mujeres empresarias con el ecosistema exportador, junto con el desarrollo y fortalecimiento de habilidades comerciales, realizadas en las ciudades de Antofagasta, La Serena y Santiago.
- 4.- Firma de acuerdo de trabajo colaborativo con el Ministerio de la Mujer y la equidad de Género y el servicio nacional de la mujer.
- 5.- Taller de validación de resultados del “Estudio de brechas y barreras de género para la exportación en empresas lideradas por mujeres”
- 6.- Coaching de Internacionalización parte I y II Parte para 10 empresas del sector de alimentos funcionales en coordinación con la asociación gremial de Mujeres empresarias.
- 7.- Acciones de capacitación y firma de convenio colaborativo con Weconnect, red global que conecta empresas propiedad de mujeres con compradores calificados en todo el mundo. Se realizaron actividades en las ciudades de Antofagasta, Valparaíso, Santiago, Concepción y Puerto Montt.
- 8.- Desarrollo de talleres Ecommerce en Rancagua, Talca, Chillan, Aysén desarrolladas en coordinación con el Sub depto. de Ecommerce, talleres dirigidos a mujeres empresarias en los cuales se abordaron los principales temas vinculados al comercio electrónico.
- 9.- Misión Comercial al mercado de España, la cual contemplo la participación de 5 empresas, las cuales visitaron la feria Smart city teniendo además reuniones con potenciales compradores para sus servicios.
- 10.- Misión comercial de empresarias al mercado de Perú del sector de servicios e industrias, la actividad contemplo agendas de reuniones con importadores en el mercado y visitas a centros y tiendas de comercialización.
- 11.- Conferencia APEC Chile 2019: “Mujer y comercio en la era digital, en coordinación con la Subrei y Apec se desarrolla esta actividad para empresas lideradas por mujeres.
- 12.- Participación en ferias internacional con un 15% de descuento

Feria Apas

Feria ExpoAgrofuturo

Feria Aquanor

Feria Smart City

Feria Conxemar



---

# Anexo 10

## Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2019 / Leyes Promulgadas durante 2019

[Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2019](#)

[Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2019](#)

**N° de ley**

Decreto con Fuerza de Ley N° 2

**Fecha de Promulgación**

2019-03-19

**Fecha de entrada en Vigencia**

2019-07-01

**Materia**

FIJA PLANTA DE PERSONAL Y FECHA DE INICIACIÓN DE ACTIVIDADES DE LA SUBSECRETARÍA DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES Y DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES, Y FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA DE LA ASIGNACIÓN DEL ARTÍCULO 2 DE LA LEY N° 19.999 PARA LAS INSTITUCIONES ANTES INDICADAS

**N° de ley**

**Fecha de Promulgación**

**Fecha de entrada en Vigencia**

**Materia**

---

# Anexo 11

## Premios y Reconocimientos