

INFORMACIÓN DE GESTIÓN

Proyecto de Ley de Presupuestos 2022

MINISTERIO	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	PARTIDA	06
SERVICIO	DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES	CAPITULO	07

Mision

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 Estratégicos Institucionales

Número	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.
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.

N°	Producto Estratégico	Número de Indicadores-Ámbitos de Control			
		Total	Resultado	Producto	Proceso
1	Generación y difusión de información de comercio exterior	1	0	1	0
2	Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	1	0	0	1
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	2	0	2	0
4	Otros Indicadores (1)	0	0	0	0
Total Indicadores		4	0	3	1
Participación sobre Total Indicadores		100%	0%	75%	25%

[1] Corresponde a mediciones de procesos transversales en la organización que afectan al menos a dos o más productos estratégicos; es decir es de carácter institucional.

Indicadores de Desempeño 2022

N°	Indicador	Efectivo 2018	Efectivo 2019	Efectivo 2020	Efectivo a Junio 2021	Meta 2022
1	Porcentaje de empresas exportadoras beneficiarias de	NM	NM	32,00 %	28,00 %	42,00 %

	ProChile, respecto del total de empresas exportadoras a nivel nacional.					
2	Porcentaje de empresas exportadoras pymex beneficiarias de ProChile, respecto del total de empresas exportadoras pymex a nivel nacional.	NM	NM	37,00 %	29,00 %	45,00 %
3	Responder las consultas sobre información de comercio exterior en un plazo máximo de 3 días hábiles.	NM	NM	NM	86,00 %	75,00 %
4	Porcentaje de actividades de capacitación online del programa de formación exportadora	NM	NM	96,00 %	22,00 %	83,00 %