

FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2015-2018
(Formulario A1)

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

Ley orgánica o Decreto que la rige

Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de 1979, Ministerio de Relaciones Exteriores, crea la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) como un Servicio Público dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores. y establece su Estatuto Orgánico Decreto con Fuerza de Ley N° 105, de 1979, Ministerio de Relaciones Exteriores, aprueba el Estatuto del Personal de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Decreto con Fuerza de Ley N° 280, de 1990, Ministerio de Relaciones Exteriores, adecua plantas y escalafones de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Decreto N° 18.834, sobre Estatuto Administrativo. Decreto con Fuerza de Ley N° 123, de 2005, Ministerio de Relaciones Exteriores, modifica las plantas y escalafones del personal de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, contenidas en el D.F.L. N° 280, de 1990, del Ministerio de Relaciones Exteriores y el artículo 15 del Decreto con Fuerza de Ley N° 105, de 1979, del Ministerio de Relaciones Exteriores. Decreto Supremo N° 168, de 1980, modificado por el Decreto Supremo N° 202, de 2004, ambos del Ministerio de Relaciones Exteriores, aprueba el Reglamento Orgánico de la DIRECON. Decreto Supremo N° 419, de 1995, Ministerio de Relaciones Exteriores, crea el Comité de Negociaciones Económicas Internacionales. Decreto Supremo N° 105, de 2006, Ministerio de Relaciones Exteriores, fija el orden de subrogación del Director General de Relaciones Económicas Internacionales. Decreto Supremo N° 1295, de 1992, Ministerio de Relaciones Exteriores, declara a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales repartición pública oficial, encargada de certificar el origen de las mercancías elaboradas y producidas en Chile .

Misión Institucional

Ejecutar y coordinar la política de Gobierno en materia de Relaciones Económicas Internacionales, para promover una adecuada inserción de Chile en el mundo, mediante la negociación y administración de acuerdos económicos internacionales, la promoción inclusiva de la oferta exportable, nacional, en bienes y servicios, la colaboración en el extranjero a las entidades que promueven la inversión extranjera en Chile y el apoyo a la inversión chilena en el exterior.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

Número	Descripción
2	Desplegar una activa diplomacia para promover la integración regional, generando iniciativas y ejes de convergencia entre Estados, organismos y actores relevantes, reconociendo la diversidad de modelos, mecanismos e instrumentos de desarrollo existentes en el hemisferio
3	Incrementar y profundizar la Política Exterior Multilateral, mediante una activa diplomacia en pro de la Paz y la Seguridad Internacional, la plena vigencia de la Democracia y los Derechos Humanos y la promoción del desarrollo -sostenible y con equidad- en todas sus vertientes
4	Contribuir a la inserción económica de Chile en el mundo, creando las condiciones para nuevas oportunidades de negocios, implementando y profundizando los acuerdos comerciales y apoyando el proceso exportador nacional con énfasis en la pequeña y mediana empresa
8	Potenciar la capacidad de Chile como país puente, fortalecer políticas, iniciativas y vínculos estratégicos ?a nivel global, regional y subregional- para materializar los objetivos de desarrollo económico y humano del país. En particular, privilegiar acciones apuntadas al desarrollo Educativo, Científico y Tecnológico de Chile
9	Reforzar la política de cooperación para el desarrollo, elemento integral de la política exterior chilena, desplegando iniciativas y mecanismos de cooperación hacia Chile - bilateral y multilateral ? y de cooperación sur-sur y triangular, con énfasis en Latinoamérica y Caribe, a objeto de contribuir al desarrollo nacional y al proceso de integración regional, respectivamente
10	Modernizar la estructura y los mecanismos de gestión de la Cancillería, para permitirle cumplir cabalmente los objetivos de la Política Exterior y responder a los desafíos del mundo globalizado. Tal estructura y mecanismos deben promover un Sistema Nacional de Política Exterior, al que concurran todos los actores públicos y privados, que coadyuvan a su implementación
11	Articular y coordinar las acciones públicas y privadas que tienen incidencia sobre la Política Exterior

Objetivos Estratégicos institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Contribuir a la inserción económica de Chile en el mundo, promoviendo y creando las condiciones para nuevas oportunidades de negocios, a través de la negociación de acuerdos económico-comerciales, la administración y modernización de los existentes y la vigilancia del cumplimiento de los compromisos asumidos en los señalados acuerdos, tanto a nivel bilateral, plurilateral y multilateral.	3, 4, 8, 9	4
2	Fortalecer la participación de nuestro país en los proyectos de integración en América Latina, en las áreas comerciales y en otros ámbitos económicos, para mejorar el posicionamiento competitivo de nuestra economía en el mundo global y favorecer nuestra capacidad negociadora.	2, 3, 4, 8, 9, 10	1,2,3,4
3	Fortalecer nuestra presencia multilateral, especialmente, en la OMC, APEC, OMPI y OCDE, así como en las instancias de integración latinoamericanas, para maximizar nuestra presencia negociadora y al mismo tiempo propender a que las reglas económico-comerciales y financieras del mundo global sean más equitativas en favor de los países en desarrollo.	3, 4, 8, 9, 10, 11	1,2,3,4
4	Fortalecer el desarrollo exportador nacional, a través de estrategias de promoción de exportaciones para los sectores y subsectores relevantes para el País y las instituciones gubernamentales relacionadas, con énfasis en las regiones, las pymes, el comercio de	4, 8, 9, 11	1,2,3

	servicios, y la industria manufacturera; utilizando para ello los instrumentos que ProChile dispone, con el objeto de contribuir al aumento de la base nacional de empresas exportadoras.		
5	Fortalecer la relación público privado, especialmente con los gremios pymes, con el fin de asegurar que las acciones de promoción de exportaciones les permitan sumarse al proceso exportador.	4, 11	1,2,3
6	Apoyar la atracción de inversión extranjera, el turismo y la inversión chilena en el exterior, a través del fortalecimiento de la Red de oficinas comerciales de Chile en el mundo. Ello, de manera complementaria a las acciones de promoción de bienes y servicios, con el fin de contribuir a la generación de oportunidades de negocios y a la diversificación de mercados de manera sostenible en el tiempo	4, 8, 9	1,2,3
7	Asegurar que en las negociaciones sea considerada la posición de los diversos grupos ciudadanos, tales como organizaciones sindicales, académicas, de consumidores, de ONGs y asociaciones gremiales, especialmente los gremios pymes, a través del fortalecimiento de la relación público-privado y la realización de reuniones periódicas de trabajo en donde se aborden los temas económico-comerciales de competencia de Direcon.	2, 4, 8, 10, 11	4

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
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, especialmente pymes, con el objeto de facilitarles el acceso y/o permanencia en las economías internacionales.	1, 2, 3, 5.	Si	Si
2	Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	Asesoría y capacitación, apoyadas en herramientas especializadas para desarrollar capacidades y competencias en gestión empresarial, orientadas a mejorar la capacidad exportadora de las pymes exportadoras o con potencial. Las instancias de formación exportadora pueden darse en Chile, en el extranjero u online, se clasifican en: coaching exportador, misiones pre-internacionalización, talleres y seminarios.	2, 3.	Si	Si
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Desarrollo de acciones destinadas a acercar la oferta con la demanda de productos chilenos, y aumentar así el número de empresas que exportan, mantener los negocios o diversificar los mercados buscando nuevas oportunidades de negocios. Por otro lado, las asociaciones y empresas asociadas podrán diseñar, a través de Marcas Sectoriales, una estrategia para penetrar uno o más mercados internacionales. 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, entre otros; donde cada una tiene una modalidad de co-financiamiento y convocatoria abierta, según corresponda.	2, 3, 5.	Si	Si
4	Acuerdos Económicos Internacionales	Los Acuerdos Económicos Comerciales, en tanto herramientas de la Política Nacional de Relaciones Económicas, permiten al país contar con mecanismos institucionales que garantizan el acceso a mercados internacionales en condiciones preferentes, aseguran reglas estables y brindan un marco jurídico legal para la solución de controversias comerciales. Asimismo, a través de su implementación y administración, se generan iniciativas y ejes de convergencia para nuevas oportunidades, las que se materializan a través de la revisión y modernización de ellos, permitiendo atender, en forma oportuna, los constantes desafíos del mundo globalizado.	1, 2, 3, 4.	Si	Si

	Clientes	Cuantificación
1	La ciudadanía chilena.	18338974
2	Empresas exportadoras: Las cifras disponibles corresponden a empresas exportadoras del país año 2016, de acuerdo a datos procesados con base a información del Servicio Nacional de Aduanas.	8103
3	Empresas con potencial exportador: Las cifras corresponden a contribuyentes año 2015, 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.	523950
4	Empresas importadoras: Las cifras disponibles corresponden a empresas importadoras del país año 2015 (fuente Servicio Nacional de Aduanas).	39308
5	Asociaciones gremiales, año 2016. (Fuente: Sistema de Registro de Actividades - PROCHILE)	113

--	--	--

	Producto Estratégico	Presupuesto 2018	
		(Miles de \$)	%
1	Generación y difusión de información de comercio exterior	633,629	1.01%
2	Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	1,031,546	1.65%
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	21,542,163	34.50%
4	Acuerdos Económicos Internacionales	6,196,625	9.92%