

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2019-2022
(Formulario A1) 2021**

| | | | |
|------------|---|----------|----|
| MINISTERIO | MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO | PARTIDA | 07 |
| SERVICIO | AGENCIA DE PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA | CAPITULO | 21 |

Ley orgánica o Decreto que la rige

Ley N° 20.848 de 2015, que establece marco para la Inversión Extranjera Directa en Chile y crea la institucionalidad respectiva. Decreto con Fuerza de Ley N° 1, de 27 de noviembre de 2015, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija la planta de personal y fecha de iniciación de actividades de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera.

Misión institucional

Somos la agencia pública que promueve a Chile como destino de inversión extranjera directa en el mercado global, conectando los intereses de los inversionistas foráneos con las oportunidades de negocios que el país ofrece, brindando servicios de clase mundial y en línea con las políticas de desarrollo económico del país.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

| Número | Descripción |
|--------|--|
| 1 | reactivar la economía, con foco en las micro, pequeñas y medianas empresas, que se han visto especialmente afectadas por la pandemia y que generan un porcentaje importante de los empleos del país. |
| 4 | generar cambios en el acceso a mercados, despejar barreras de entrada a ellos y disminuir la burocracia gubernamental de modo de impulsar el emprendimiento e incrementar la productividad de la economía. |
| 6 | Coordinar el proceso de tramitación de los proyectos de inversión nacional y extranjera, promoviendo la eficiencia de los distintos servicios evaluadores y cambios normativos que contribuyan a una mayor certeza jurídica para todos los involucrados en el proceso. |
| 7 | Promover a Chile en el extranjero para proyectos de inversión, promoviendo la innovación tecnológica y la diversificación productiva |

Objetivos Estratégicos Institucionales

| Número | Descripción | Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados | Productos Estratégicos vinculados |
|--------|--|--|-----------------------------------|
| 1 | Promocionar y posicionar al país como un destino atractivo para el desarrollo de negocios en general, y de inversión en particular, alineados con las políticas de desarrollo del país y las directrices de marca país. | 1, 7 | 1,5 |
| 2 | Facilitar y acompañar el proceso de instalación en Chile de empresas extranjeras y sus procesos de reinversión en el país. | 6, 7 | 1,2 |
| 3 | Contribuir a crear un clima favorable para la inversión extranjera en Chile, en particular identificando obstáculos a la materialización de proyectos de inversión extranjera e informando de ellos a las autoridades competentes, con el fin de avanzar en su superación. | 4, 6, 7 | 3,6 |
| 4 | Prestar servicios jurídicos al inversionista extranjero, provenientes de la ley 20.848, contratos vigentes acogidos al DL 600 y otras materias legales asociadas a inversión extranjera directa. | 7 | 4 |

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

| Número | Producto Estratégico | Descripción | Clientes | Aplica Gestión Territorial | Aplica Enfoque de Género |
|--------|--|---|---------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1 | Plan de Comunicaciones y Marketing para la Promoción | Diseño y ejecución de acciones de comunicación y marketing, tanto | 1,3,4,5,6,8,9,10,11 | No | No |

| | | | | | |
|---|---|---|-----------------------|----|----|
| | de la Inversión Extranjera en Chile | nacional como internacional, en materia de inversión extranjera directa, bajo los lineamientos de marca país y en concordancia con las políticas nacionales de desarrollo. | | | |
| 2 | Plan Comercial de Promoción de inversiones | Generación e implementación de las acciones de promoción orientadas a potenciar la materialización de inversión y de reinversión extranjera directa en el país. | 1,2,3,4,5,6,7,8,10,11 | No | No |
| 3 | Agenda de Iniciativas de Política que mejoren el entorno de la inversión extranjera | Mecanismo que permite definir, priorizar y gestionar, cuando corresponda, acciones destinadas a mejorar el entorno de la inversión extranjera. | 1,2,3,4,6,7,8,10,11 | No | No |
| 4 | Servicios legales asociados a inversión extranjera directa, señaladas en el DL600 y la ley 20.848 | Prestación de servicios legales asociados a inversión extranjera directa. | 4,6,7,11 | No | No |
| 5 | Servicios de facilitación a los Inversionistas | Atención y servicios especializados de tipo sectorial, legal y estadístico a inversionistas que contribuyan a la materialización de inversiones. | 2,3,4,6,7,11 | No | No |
| 6 | Información relevante para la inteligencia competitiva | Generación de información y conocimiento para la inteligencia competitiva, que considere: - Oferta de Valor Chile como destino privilegiado para la IED - Información clave que permita influir en la decisión y reducir los tiempos de prospección de los inversionistas - Conocimiento e información relevantes en el fenómeno de la IED y sus efectos, y su relación con las políticas de desarrollo económico nacional. - Clima de Inversión. | 1,2,3,4,5,6,7,11 | No | No |

| Número | Clientes | Cuantificación |
|--------|--|----------------|
| 1 | Presidente de la República | 1 |
| 2 | Ministerios | 23 |
| 3 | Gobiernos Regionales | 15 |
| 4 | Comité de Ministros para el fomento y promoción de la inversión extranjera directa | 1 |
| 5 | Consejo asesor consultivo | 1 |
| 6 | Inversionistas extranjeros | 4.932 |
| 7 | Empresas chilenas receptoras de inversión extranjera | 3.670 |
| 8 | Cámaras de Comercio | 30 |
| 9 | Representación Diplomática extranjera en Chile | 50 |
| 10 | Asociaciones gremiales y empresariales | 60 |
| 11 | Potenciales inversionistas extranjeros | 515 |

