

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2023-2026

DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

| | | | |
|------------|---|----------|----|
| MINISTERIO | MINISTERIO DE ECONOMIA, 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 el organismo del Estado que fomenta, promueve y atrae proactivamente a Chile; a través de la ejecución de planes, estrategias y servicios de calidad; la inversión extranjera que el país necesita para su desarrollo sostenible e inclusivo.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

| Prioridad | Tipo de Objetivo | Descripción |
|-----------|-----------------------|--|
| 1 | Estratégico | Impulsar un nuevo modelo de desarrollo productivo, mediante un sistema de financiamiento para el desarrollo con foco en la transformación sostenible de la estructura productiva del país hacia sectores y actividades con mayores niveles de conocimiento, tecnología e innovación, de forma descentralizada y con perspectiva de género. |
| 5 | Estratégico | Promover al país en el extranjero para atraer y materializar proyectos de inversión que impacten positivamente en la economía local. |
| 12 | Gestión Institucional | Posicionar al Ministerio como impulsor de un sistema coordinado que diseñe y ejecute políticas públicas y programas de fomento productivo con estrategias claras y coherentes. |
| 14 | Gestión Institucional | Fortalecer las capacidades de elaboración y ejecución de las estrategias regionales de fomento productivo en coherencia con la estrategia nacional, facilitando la asistencia técnica del Ministerio y sus servicios dependientes o relacionados para fortalecer el desarrollo de los planes de los gobiernos regionales. |

Objetivos Estratégicos Institucionales

| Prioridad | Tipo de Objetivo | Descripción | Objetivos del Ministerio Relacionados |
|-----------|------------------|--|---------------------------------------|
| 1 | Estratégico | Promocionar y posicionar al país como un destino atractivo para la materialización de inversiones que contribuyan a la inserción internacional estratégica y al desarrollo del país, potenciando la presencia de la Agencia en el mercado global a través de la red internacional, las oficinas de inversión y la implementación de la estrategia de marketing digital | 5 |
| 4 | Estratégico | Identificar y atraer proactivamente inversión extranjera de calidad, entregando servicios de excelencia y acompañando en todo el ciclo al | 1 |

| | | | |
|---|-----------------------|--|----|
| | | inversionista hasta su instalación en Chile y sus decisiones de reinversión en el país. | |
| 2 | Gestión Institucional | Fomentar la materialización de proyectos de IED que promuevan la generación de empleos de calidad, la transferencia tecnológica, la diversificación territorial y el encadenamiento productivo con el entramado económico local | 14 |
| 3 | Gestión Institucional | Contribuir a crear un clima favorable para la inversión extranjera en Chile, identificando obstáculos a la materialización de proyectos de inversión extranjera y gestionando con las autoridades competentes, con el fin de avanzar en su superación. | 12 |

Productos Estratégicos Institucionales

| Número | Producto Estratégico | Aplicación de Enfoque de Género | Aplicación de Enfoque de Derechos Humanos | Bien / Servicio Final |
|--------|---|---------------------------------|---|--|
| 1 | Estrategias de Fomento y Promoción de Inversiones y sus respectivos planes de acción con enfoque territorial | - No Aplica | - Territorial | - Plan de Acción - Plan comercial |
| 2 | Estrategia y campañas de Marketing Digital para la identificación y atracción de potenciales inversionistas extranjeros | - No Aplica | - Territorial | - Plan de marketing digital - Campañas de Marketing digital |
| 3 | Servicios al inversionista | - No Aplica | - Condición Migratoria | - Servicios de facilitación y promoción (Información general, sectorial y adhoc; asesoría jurídica; agenda de reuniones y visita en terreno) - Servicios de atracción al talento (permisos, visas y salvoconductos) - Servicios legales asociados a la ley 20.848 y a contratos vigentes DL600 |
| 4 | Productos de Comunicaciones y Marketing con contenido sectorial, general o específico para la captación de inversionistas extranjeros | - No Aplica | - Territorial | - E-books y brochures con información sectorial - Eventos para captación de inversionistas - Publicaciones con contenido general o específico |
| 5 | Plan de posicionamiento e inserción internacional estratégica | - No Aplica | - No Aplica | - Plan de agregaduras de |

| | | | | |
|---|-----------------------------------|-------------|---------------|---|
| | | | | inversión y mercados estratégicos - Plan de trabajo con red internacional de Chile |
| 6 | Agenda de Iniciativas de Política | - No Aplica | - Territorial | - Iniciativas de política para la gestión de entorno |