

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

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

Ley orgánica o Decreto que la rige

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

Mision 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.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

Número	Descripción
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 Institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
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.	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 potenciamiento 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	6	1,2,3

	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.		
--	---	--	--

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
Número	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 exportadoras o con potencial exportador, con el objeto de facilitarles el acceso, permanencia y/o diversificación en las economías internacionales.	1,2,3,4	No	Si
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	No	Si
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	No	Si

Número	Clientes	Cuantificación
1	Empresas exportadoras: Las cifras disponibles corresponden a empresas exportadoras del país año 2019, de acuerdo a datos procesados con base a información del Servicio Nacional de Aduanas.	6.589
2	Empresas con potencial exportador: Las cifras corresponden a contribuyentes año 2018, que el Servicio de Impuestos Internos considera como empresas vigentes y que además pertenecen a los sectores Industria Manufacturera, Agroalimentos, Servicios e	10.076

	Industrias Creativas. Se excluyen las empresas de los rubros no comercio.	
3	Asociaciones gremiales, año 2019. (Fuente: Sistema de Registro de Actividades - PROCHILE)	112
4	Empresas importadoras internacionales (Fuente: CRM Oficom, ProChile)	10.762