

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

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 de del trabajo en terreno 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	6	1,2,3

	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.	6	1,2,3

**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	Si	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	Si	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	Si	Si

Número	Clientes	Cuantificación
1	Empresas exportadoras: Las cifras disponibles corresponden a empresas exportadoras del país año 2018, de acuerdo a datos procesados con base a información del Servicio	6.529

	Nacional de Aduanas.	
2	Empresas con potencial exportador: Las cifras corresponden a contribuyentes año 2016, 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.	9.762
3	Asociaciones gremiales, año 2017. (Fuente: Sistema de Registro de Actividades - PROCHILE)	94
4	Empresas importadoras internacionales (Fuente: CRM Oficom, ProChile)	9.196

Número	Producto Estratégico	Presupuesto 2020	
		(Miles de \$)	%
1	Generación y difusión de información de comercio exterior	693.852	1,32
2	Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	207.507	0,39
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	15.736.591	29,87