

# FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2023-2026

## DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

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

### Misión Institucional

Contribuir al desarrollo sostenible del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas y la promoción de bienes y servicios, para el impulso del comercio exterior inclusivo que incorpore la perspectiva de género en la diversificación de las exportaciones, la atracción de la inversión extranjera y del turismo, así como el fortalecimiento de la imagen país, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

### Objetivos Estratégicos del Ministerio

Prioridad	Tipo de Objetivo	Descripción
3	Estratégico	Desplegar una estrategia de comercio exterior e inversiones que impulse la internacionalización de las empresas chilenas, mediante la promoción de bienes y servicios, con el propósito de favorecer un desarrollo económico sostenible e inclusivo, consciente de sus impactos en el medio ambiente.

### Objetivos Estratégicos Institucionales

Prioridad	Tipo de Objetivo	Descripción	Objetivos del Ministerio Relacionados
1	Estratégico	Impulsar el proceso de internacionalización de las empresas representativas de todas las regiones, incorporando la perspectiva de género en las herramientas institucionales que van en apoyo a estas empresas, con especial énfasis en las MiPymex de Servicios, Industrias 4.0, Economía Creativa y Agro & Alimentos.	3
2	Estratégico	Impulsar la diversificación de la oferta exportable y los mercados de destino a través de herramientas de promoción que potencien el comercio exterior inclusivo, incorporando la perspectiva de género en su análisis, diseño e implementación.	3
3	Estratégico	Contribuir al desarrollo sostenible e inclusivo de Chile, a través del apoyo en el proceso de internacionalización de empresas lideradas por mujeres, que pertenezcan a pueblos originarios, empresas que cuenten con gestión sostenible o sean empresas innovadoras.	3
4	Gestión Institucional	Avanzar en un proceso de Transformación Digital que permita reconocer y abordar oportunidades de mejora, a través de la identificación de los procesos generales de la institución.	3

### Productos Estratégicos Institucionales

Número	Producto Estratégico	Aplicación de Enfoque de Género	Aplicación de Enfoque de Derechos Humanos	Bien / Servicio Final
1	Generación y difusión de información de comercio exterior	- Género	- Pueblos Indígenas	- Generación de Información Comercial
2	Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras	- Género	- Pueblos Indígenas	- Talleres, Seminarios y Coaching - Asesoría especializada
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	- Género	- Pueblos Indígenas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo a la Implementación de la estrategia (Apoyo a la Gestión)</li> <li>- Ferias Internacionales</li> <li>- Pitch, Go Global, Softlanding</li> <li>- Misiones Comerciales</li> <li>- Ruedas de Negocios</li> <li>- Encuentros Exportadores (ENEXPRO)</li> <li>- Promoción en Plataformas e-Commerce</li> <li>- Campañas de Marketing</li> <li>- Agencias de Comunicaciones</li> <li>- Showroom, Workshop, Muestras</li> <li>- Certificación de Origen</li> <li>- Administración de Agregadurías Agrícolas</li> <li>- Transformación Digital</li> <li>- Concurso ProChile a tu medida</li> <li>- Concurso Industrias</li> <li>- Concurso Marcas Sectoriales</li> <li>- Concurso Servicios</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"><li>- Concurso Economía Creativa</li><li>- Concurso Silvoagropecuario</li></ul>
--	--	--	--	---