

2026

Balance de Gestión Integral

Etapas 1: Principales resultados de la gestión 2025

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
Dirección General de Promoción de Exportaciones



Principales resultados de la gestión 2025 según sus objetivos estratégicos de la Dirección General de Promoción de Exportaciones¹

AUTORIDADES DEL SERVICIO	DEPENDENCIA DEL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
Ignacio Fernandez Ruiz, Director general	Alberto van Klaveren Stork, Ministro de Relaciones Exteriores Gloria de la Fuente González, Subsecretaria de Relaciones Exteriores Claudia Sanhueza Riveros, Subsecretaria de Relaciones Económicas Internacionales

Con el fin de identificar los principales logros en la gestión, para cada objetivo estratégico del Servicio se presenta una priorización de las acciones que se llevaron a cabo para dar cumplimiento a los desafíos enunciados por cada uno de ellos²

OBJETIVO ESTRATÉGICO
Contribuir a la internacionalización de las empresas nacionales, con énfasis en Pymes con capacidad exportadora en los próximos 2 años.

ACCIÓN 1	NUBE DE PALABRAS
Capacitación y generación de capacidades exportadoras 13 ciclos de capacitación y 23 talleres con 5.600 participantes, correspondiente a 928 empresas. Además, se impartieron 9 cursos y un Diplomado de "Negocios Internacionales con Inteligencia Artificial" Aplicada a través del aula virtual de ProChile, alcanzando un total de 1.244 participantes durante 2025.	

ACCIÓN 2
Elaboración y difusión de información de comercio exterior

¹ Las autoridades ministeriales y del servicio corresponden a aquellas vigentes al momento de emitir este informe
² La redacción de las acciones y justificación corresponde a un auto reporte elaborado íntegramente por el Servicio responsable de acuerdo con las directrices impartidas por la Dirección de Presupuestos

El Centro Digital del Conocimiento (CDC) tuvo un total de 151 publicaciones, dentro de las cuales se pueden encontrar estudios, claves para hacer negocios e informes de exportaciones, elaborados principalmente por el área de Inteligencia de Mercado de nuestra institución y por más de 50 oficinas comerciales en el mundo. De igual forma, se registraron 70.100 visitas al sitio del CDC y 12.497 descargas de material bibliográfico en 2025.

ACCIÓN 3

Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados

9 eventos de alto impacto: Encuentro Empresarial India, Enexpro Diversifica tu Mercado, Chile Week China, Chile Tech Tour e Innovation Summit Chile-Dubai, entre otras.

Además, asistencia a 49 Ferias Internacionales, en formato presencial y diferentes tamaños, como plataforma de negocios consolidada que ayuda en el fortalecimiento de la imagen de Chile en el exterior.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

Las acciones descritas anteriormente se encuentran alineadas con el primer objetivo estratégico institucional, en tanto buscan acompañar a las empresas en las distintas etapas del proceso exportador y reducir las principales brechas que enfrentan, especialmente las pymes con potencial exportador. Durante el año 2025 se trabajó con 5.560 empresas usuarias, de las cuales 2.467 fueron exportadoras y 1.081 correspondieron a pymes, lo que evidencia el cumplimiento del foco estratégico definido para este segmento. En términos de caracterización sectorial, Agro concentró el 62% (1.519) de las empresas exportadoras, seguido por Industrias 4.0 con un 20% (495), Servicios y Turismo con un 12% (297) y Economía Creativa con un 6% (150), reflejando una intervención integral en los sectores estratégicos priorizados institucionalmente. Las empresas usuarias representaron el 68% de los \$US48.9 millones de las exportaciones no cobre - no litio de 2025.

De esta manera, las acciones ejecutadas contribuyeron directamente al fortalecimiento y proyección internacional de empresas con capacidad exportadora, en coherencia con el objetivo estratégico planteado.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar la diversificación de productos, servicios y mercados de destino de las empresas nacionales en los próximos 2 años.

ACCIÓN 1**NUBE DE PALABRAS**

Apertura y crecimiento en mercados

-Encuentro empresarial India para identificar oportunidades comerciales y facilitar negocios entre ambos países: 22 empresas chilenas y 143 empresas de la India.

- Innovation Summit Chile -Dubai 2025 con la participación de 12 empresas chilenas y actividades para el crecimiento en Arabia Saudita.

-Chileweek China realizado en nuevas ciudades como Tianjin y Chongqing, buscando nuevos mercados en el centro de China para los productos chilenos. Con la participación de 26 empresas chilenas y 58 importadores locales.

-Primer encuentro de negocios Chile-ASEAN en Tailandia con la participación de 26 empresas chilenas con 76 importadores de Tailandia, Indonesia, Vietnam, Filipinas, Singapur y Malasia.

-Encuentro de Negocios Buenos Aires 2025: 25 empresas chilenas y 38 importadores.

-Misión Público Privada Paraguay: 13 empresas chilenas y 54 importadores.

**ACCIÓN 2**

Potenciar productos de sectores no tradicionales

-Enexpro Diversifica tu Mercado: 105 compradores internacionales y 450 empresas chilenas de nuevos sectores: soluciones para el agro, la minería, sector acuícola y manufactura forestal. Negocios proyectados: US\$300 millones.

-Firma de MoU entre ProChile y el Indian Small and Medium Enterprise Forum y la realización de Shoot in Chile en la ciudad de Mumbai.

-21 Estudios de mercado enfocado en Industrias y Economía Creativa, incluyendo farmacéutica, biotecnología, videojuegos y música.

-Participación junto a 4 empresas chilenas de Innovación Alimentaria en feria "Summer Fancy Food 2025"

ACCIÓN 3

Potenciar servicios innovadores

-Innovation Summit Chile -Dubai 2025 con la participación de 12 empresas tecnológicas, potenciando a Chile como proveedor de soluciones globales.

-London Techweek principal evento de innovación en UK. Misión comercial con softlanding para 33 empresas y gestión de agenda para asistir a conferencias, y sesiones de networking para apoyar el aterrizaje y el desarrollo de negocios en el mercado británico.

- Chilean Innovation Tech Summit en las oficinas de Google en Ciudad de México con el objetivo de conectar y destacar las fortalezas tecnológicas de Chile en el mercado mexicano.

-23 Estudios de mercado enfocado en servicios, incluyendo estudios de ecosistema de innovación en múltiples mercados, tales como Suiza, Francia, Estados Unidos, China, Taipéi e India.

-Chile Tech Tour EEUU: diseñada para promover la internacionalización de la tecnología chilena, con la participación de 17 empresas chilenas y 29 importadores.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

Las acciones ejecutadas en el marco del segundo objetivo estratégico contribuyeron directamente a la diversificación de mercados, productos y servicios de las empresas nacionales, mediante la apertura y profundización en destinos de alto potencial en Asia, Medio Oriente, Europa y América Latina, así como el impulso a sectores no tradicionales y servicios innovadores de mayor valor agregado. Como resultado, 1.345 empresas usuarias diversificaron mercados durante 2025 (525 de ellas pymes), de un total de 5.560 empresas atendidas. Asimismo, las empresas usuarias alcanzaron en promedio 4 mercados de destino, versus 2 en el caso de las no usuarias; exportaron 3 productos en promedio, frente a los 2 productos de las no usuarias y registraron montos de exportación cercanos a US\$33,3 millones, en comparación con US\$15,5 millones en empresas no usuarias

Estos antecedentes evidencian un impacto concreto en la ampliación y profundización de la base exportadora, en coherencia con el objetivo estratégico de fomentar la diversificación en el corto y mediano plazo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Aumentar la satisfacción de los usuarios, con especial énfasis en empresas carterizadas en los próximos 2 años.

ACCIÓN 1**NUBE DE PALABRAS****Exporta Más**

Metodología de trabajo consolidada durante 2025, basada en acompañamiento, seguimiento y registro, que permitió fortalecer una atención más cercana, personalizada y orientada a resultados para las empresas. Al cierre del año, esta modalidad abarcó a 675 empresas usuarias, que trabajaron con al menos una Oficina Comercial. De las empresas acompañadas, 197 concretaron 340 cierres de negocios en 37 países.

**ACCIÓN 2****IAasistente ProChile**

Herramienta de inteligencia artificial institucional que integra contenidos, servicios y protocolos oficiales, entregando respuestas claras y personalizadas a los usuarios participantes en Enexpro Diversifica tu Mercado. Su implementación mejoró la oportunidad y calidad de la atención, apoyando especialmente a pymes.

ACCIÓN 3**Mapa de potencial exportador**

Herramienta que entrega información estratégica, disponible en el sitio web institucional, que permite identificar oportunidades comerciales en mercados internacionales. Desarrollada por el International Trade Centre (ITC) y puesta a disposición mediante una alianza con ProChile, contribuye a una toma de decisiones más informada por parte de las empresas usuarias.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

ProChile, en su rol de institución pública encargada de promover la internacionalización de las empresas chilenas, reconoce que la calidad de la relación con sus usuarios es un elemento clave para una gestión

efectiva. En este contexto, mejorar la satisfacción de las empresas con los servicios ofrecidos fortalece el rol de la institución como aliado estratégico y facilita su proceso de internacionalización. En este marco, la consolidación de la metodología Exporta Más ha permitido fortalecer una atención más cercana y orientada a resultados, especialmente con empresas carterizadas, favoreciendo la concreción de negocios y el inicio o profundización de sus procesos exportadores. Asimismo, la implementación del IAsistente ProChile y la disponibilidad del Mapa de Potencial Exportador contribuyen a mejorar la experiencia usuaria, al entregar información clara, oportuna y estratégica que apoya la toma de decisiones y la priorización de mercados, impactando positivamente en la satisfacción de las empresas y en nuestro tercer objetivo.

