

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2012-2014**  
**(Formulario A1)**

MINISTERIO	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	PARTIDA	06
SERVICIO	DIRECCION GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES	CAPÍTULO	02

**Ley orgánica o Decreto que la rige**

Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de 1979, Ministerio de Relaciones Exteriores, crea la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) como un Servicio Público dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores. y establece su Estatuto Orgánico Decreto con Fuerza de Ley N° 105, de 1979, Ministerio de Relaciones Exteriores, aprueba el Estatuto del Personal de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Decreto con Fuerza de Ley N° 280, de 1990, Ministerio de Relaciones Exteriores, adecua plantas y escalafones de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, al artículo 5° de la Ley N° 18.834, sobre Estatuto Administrativo. Decreto con Fuerza de Ley N° 123, de 2005, Ministerio de Relaciones Exteriores, modifica las plantas y escalafones del personal de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, contenidas en el D.F.L. N° 280, de 1990, del Ministerio de Relaciones Exteriores y el artículo 15 del Decreto con Fuerza de Ley N° 105, de 1979, del Ministerio de Relaciones Exteriores. Decreto Supremo N° 168, de 1980, modificado por el Decreto Supremo N° 202, de 2004, ambos del Ministerio de Relaciones Exteriores, aprueba el Reglamento Orgánico de la DIRECON. Decreto Supremo N° 419, de 1995, Ministerio de Relaciones Exteriores, crea el Comité de Negociaciones Económicas Internacionales. Decreto Supremo N° 105, de 2006, Ministerio de Relaciones Exteriores, fija el orden de subrogación del Director General de Relaciones Económicas Internacionales. Decreto Supremo N° 1295, de 1992, Ministerio de Relaciones Exteriores, declara a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales repartición pública oficial, encargada de certificar el origen de las mercancías elaboradas y producidas en Chile.

**Misión Institucional**

Ejecutar y coordinar la política de Gobierno en materia de Relaciones Económicas Internacionales, para promover una adecuada inserción de Chile en el mundo, mediante la negociación y administración de acuerdos económicos internacionales, la promoción de exportaciones de bienes y servicios nacionales, la colaboración en el extranjero a las entidades que promocionan la inversión extranjera en Chile y el apoyo a la inversión chilena en el exterior.

**Objetivos Relevantes del Ministerio**

Número	Descripción
1	Priorizar y profundizar la relación con Latinoamérica, especialmente con los países vecinos (Discurso 21 de Mayo 2010)
2	Fortalecer la relación con los grandes polos de desarrollo, especialmente con Asia Pacífico, Estados Unidos y Europa (Cuenta Pública Sectorial 2011)
3	Profundizar la apertura comercial apoyando particularmente a las Pymes (Cuenta Pública Sectorial 2011)
4	Diversificar las fuentes y destinos de nuestro comercio internacional (Discurso 21 de Mayo 2010)
5	Participar activamente en los organismos internacionales y en la agenda multilateral (Estatuto Orgánico del Ministerio de Relaciones Exteriores)
6	Promover la imagen de Chile en el exterior (Discurso 21 de Mayo 2011)
7	Transformar el Ministerio de Relaciones Exteriores en un organismo más moderno, ágil y profesional (Cuenta Pública Sectorial 2011)

**Objetivos Estratégicos institucionales**

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Contribuir a la inserción económica de Chile en el mundo, creando las condiciones para nuevas oportunidades de negocios, a través de la negociación de acuerdos económico-comerciales, la administración de los existentes y la vigilancia del cumplimiento de los compromisos asumidos en los señalados acuerdos y en foros económicos multilaterales.	1, 2, 3, 5	4
2	Apoyar el desarrollo exportador nacional, con énfasis en la pequeña y mediana empresa exportadora, las regiones, el comercio de servicios, y las empresas altamente innovadoras, de manera de contribuir a posicionar a Chile como exportador de talento, creatividad y valor agregado, utilizando para ello los servicios que ProChile dispone para la internacionalización de las empresas.	1, 2, 3, 4	1,2,3
3	Incrementar la cobertura y calidad de apoyo en la atención a empresas exportadoras o con potencial exportador, mediante acciones, como la creación de antenas regionales en las principales zonas productivas alejadas de las capitales regionales, orientando los servicios de ProChile hacia las necesidades y requerimientos de cada una de ellas.	1, 2, 3, 4	1,2,3
4	Apoyar la atracción de inversión extranjera, el turismo y la inversión chilena en el exterior, a través del fortalecimiento de la Red de oficinas comerciales de Chile en el mundo, en complementariedad con las acciones de promoción de bienes y servicios, con el fin de contribuir a la generación de oportunidades de negocios y la diversificación de mercados de manera sostenible en el tiempo.	1, 2, 3, 4	1,3
5	Contribuir al posicionamiento económico-comercial de Chile en el exterior mediante programas y acciones de promoción que incorporen los relatos y atributos de la imagen país y el concepto de comercio sustentable, utilizando para ello los instrumentos que ProChile dispone.	3, 4, 6	1,3
	Creación de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales a través de las	7	

6	modificaciones legales correspondientes.		
---	--	--	--

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información comercial (Generación y Difusión)	Desarrollo de acciones enfocadas a la elaboración y difusión de información comercial que sirva de apoyo en la toma de decisiones de las empresas respecto de la detección de oportunidades para exportar, considerando los riesgos o cambios en las condiciones del entorno internacional que puedan afectarles.	1, 2.	Si	Si
2	Capacitación y asesorías para el desarrollo de capacidades exportadoras	Conjunto de acciones de formación que permiten mejorar la capacidad exportadora de las empresas y que contempla un proceso de selección y diagnóstico, prestación del servicio, evaluación y seguimiento. Actualmente se encuentra en rediseño.	2.	Si	Si
3	Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados	Apoyar, a través del cofinanciamiento de proyectos, las estrategias y acciones de promoción internacional diseñadas por el sector privado o en conjunto con los expertos sectoriales de ProChile.	2, 4.	Si	Si
4	Acuerdos Económicos Internacionales	Los Acuerdos Económicos Internacionales son herramientas de la política económico nacional para acceder a mercados internacionales en condiciones preferentes y asegurar reglas estables, contando con mecanismos institucionales para la solución de controversias comerciales. Esto significa la negociación y suscripción de acuerdos económicos internacionales y su administración.	1, 2, 3.	Si	No

	Clientes	Cuantificación
1	La ciudadanía chilena	17248450
2	Empresas exportadores y empresas con potencial exportadorLas cifras disponibles corresponden a empresas exportadoras del país año 2010 (fuente Servicio Nacional de Aduanas). No es posible cuantificar las empresas con potencial exportador	7447
3	Empresas importadoras y con potencial importadorLas cifras disponibles corresponden a empresas importadoras del país año 2010 (fuente Servicio Nacional de Aduanas). No es posible cuantificar las empresas con potencial importador	34913
4	Asociaciones gremiales	103