

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2023

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 de 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, en especial de 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.	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	- Apoyo a la Implementación de la estrategia (Apoyo a la Gestión) - Ferias Internacionales - Pitch, Go Global, Softlanding - Misiones Comerciales - Ruedas de Negocios - Encuentros Exportadores (ENEXPRO) - Promoción en Plataformas e-Commerce - Campañas de Marketing - Agencias de Comunicaciones - Showroom, Workshop, Muestras - Certificación de Origen - Administración de Agregadurías Agrícolas - Transformación Digital - Concurso ProChile a tu medida - Concurso Industrias - Concurso Marcas Sectoriales - Concurso Servicios - Concurso Economía Creativa - Concurso Silvoagropecuario