

# FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2024-2026

## 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

Promover la internacionalización de las empresas chilenas, a través de acciones de promoción de bienes y servicios, junto al apoyo de la atracción de la inversión extranjera, el turismo y el fortalecimiento de la imagen país.

### Objetivos Estratégicos del Ministerio

Prioridad	Tipo de Objetivo	Descripción
3	Estratégico	Desplegar una estrategia de relaciones económicas, comercio exterior e inversiones que contribuya a la inserción del país en la economía internacional, mediante la promoción de las exportaciones 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	Atributos Considerados		Objetivos del Ministerio Relacionados
			Enfoque de Género	Cambio Climático	
1	Estratégico	Contribuir a la internacionalización de las empresas exportadoras nacionales, con especial énfasis en Pymes exportadoras, a través de acciones, herramientas y programas de promoción comercial internacional que permitan la permanencia exportadora de las empresas, así como el ingreso al proceso exportador.	Si	No	3
3	Estratégico	Fomentar la diversificación de los mercados de destino de las empresas exportadoras nacionales, con énfasis en Latinoamérica, a través de herramientas y programas de promoción comercial internacional.	Si	No	3
6	Gestión Institucional	Mejorar el desempeño institucional a través de la implementación de procedimientos y protocolos, enfocados en aumentar la satisfacción de los usuarios, incorporando un enfoque de mejoramiento continuo en los servicios ofrecidos.	Si	No	3

### Bienes / Servicios Finales

Número	Bien / Servicio Final	N° Objetivo Estratégico Relacionado
1	Generación de Información Comercial	1, 3
2	Talleres, Seminarios y Coaching	1, 3
3	Ferias Internacionales	1, 3
4	Misiones Comerciales	1, 3
5	Ruedas de Negocios	1, 3
6	Promoción en Plataformas e-Commerce	1, 3
7	Showroom, Workshop, Muestras	1, 3
8	Certificación de Origen	1, 3
9	Proyectos concursables	1, 3
10	Concurso ProChile a tu medida	1, 3
11	Concurso Marcas Sectoriales	1, 3