



# Balance de Gestión Integral

AÑO 2023

Ministerio de Relaciones  
Exteriores

**Dirección General de  
Promoción de Exportaciones**





# Índice

---

.1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo	3
.2. Resumen Ejecutivo Servicio	8
.3. Resultados de la Gestión año 2023	10
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2024	44
.5. Anexos	48
.Anexo 1: Recursos Humanos	49
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	58
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	59
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023	60
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	63
.Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades	65

# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

## Ministerio de Relaciones Exteriores

---

La misión institucional del Ministerio de Relaciones Exteriores (MINREL) es colaborar con el Presidente de la República en el diseño, planificación, prospección, conducción, coordinación, ejecución, control e información de la política exterior que éste formule, proponiendo y evaluando las políticas y planes orientadas a fortalecer la presencia internacional del país, y velando por los intereses de Chile, con el propósito de elevar la calidad del desarrollo, seguridad y bienestar nacional.

Para lograr este objetivo, esta Secretaría de Estado cuenta con dos Subsecretarías a través de las cuáles desarrolla la política exterior de Chile: la Subsecretaría de Relaciones Exteriores y la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, así como con cuatro servicios dependientes: la Dirección de Fronteras y Límites del Estado (DIFROL), la Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AGCID), el Instituto Antártico Chileno (INACH) y la Dirección General de Promoción de Exportaciones (ProChile). La representación de Chile ante otros Estados se ejerce a través de las misiones diplomáticas, representaciones permanentes ante organizaciones internacionales y misiones especiales en el exterior.

Nuestro país no es ajeno al contexto global, y el 2023 fue un año en el cual la extensión de la guerra de agresión de Rusia contra Ucrania y el violento recrudecimiento del conflicto en la Franja de Gaza han marcado nuestras reuniones y debates, tanto bilaterales como multilaterales. Chile se ha hecho parte de los desafíos del escenario internacional a través del despliegue de su Política Exterior, con una mirada de Estado, sobre las bases de las Cartas de Naciones Unidas y el Derecho Internacional.

Las relaciones con la región han sido prioritarias. Hemos avanzado en nuestras **relaciones vecinales**, especialmente en la reactivación de la agenda con Bolivia. Ejemplo de ello, es que luego de seis años se ha vuelto a realizar el Comité de Fronteras e Integración, además de la suscripción entre Chile y Bolivia del Acuerdo de Cooperación Migratoria. Con respecto a Perú, destaca el buen momento de la relación en distintos niveles con la constitución del Consejo Bilateral de Prospectiva Chile - Perú, la reunión del Mecanismo 2+2 y nuestro papel facilitador en el traspaso de la presidencia pro tempore de la Alianza del Pacífico entre México y Perú. En cuanto a Argentina, la relación con ese país es amplia y se ha ido construyendo a lo largo del tiempo. Cabe mencionar aquí la suscripción del Tratado de

Extradición, primero que suscriben ambos países en esta materia y que servirá de guía para las autoridades judiciales que requieran una extradición activa dirigida al otro Estado.

Los desafíos comunes de la región requieren respuestas concretas e impulsadas en conjunto. Consciente de ello, los 12 países de América del Sur acordaron en 2023, avanzar hacia una nueva instancia de integración regional: el **Consenso de Brasilia**, mecanismo que responde a la necesidad de iniciar diálogos regulares para promover una agenda de cooperación común para Sudamérica. Nuestro país ejercerá su presidencia pro tempore durante el primer semestre de 2024, asumiendo la responsabilidad de liderar y trabajar para abordar los desafíos establecidos en su hoja de ruta. Bajo la presidencia chilena, se han identificado tres áreas prioritarias: migración, gestión de riesgo de desastres y el combate al crimen organizado.

Asimismo, luego de la reactivación de la **Alianza del Pacífico** en junio de 2023, y la asunción de la presidencia pro tempore del Perú, nuestro país asumió en 2024 la responsabilidad de liderar esta iniciativa en la que continuaremos impulsando la integración regional e internacional, tanto en el plano comercial como de cooperación entre los miembros plenos. Esta responsabilidad asumida por Chile refleja el compromiso de nuestro país con este mecanismo de articulación política y de integración económica y comercial.

En el ámbito multilateral, destaca la presidencia de Chile del **Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (ECOSOC)** para el periodo julio 2023 - julio 2024, asumida el 27 de julio de 2023. En este sentido, la elección de Chile es un reconocimiento al liderazgo del país por promover el desarrollo inclusivo y su compromiso con la implementación plena de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En nuestra **relación con el mundo** es importante señalar los logros alcanzados con Estados Unidos durante el último año, como el acuerdo para evitar la doble tributación que busca fortalecer el desarrollo del comercio y las transacciones internacionales entre los dos países, además de fortalecer su cooperación en materias tributarias. Cabe destacar también que durante 2023 conmemoramos 200 años de relaciones diplomáticas con aquella nación, así como 20 años del Tratado de Libre Comercio entre nuestros países. También es relevante mencionar la visita de Estado a China, realizada en octubre de 2023, ocasión donde se firmaron una serie de memorándums de entendimiento que buscan modernizar la agenda bilateral, profundizar la relación y seguir beneficiando así a ambos países.

Igualmente, hemos robustecido nuestra relación con la Unión Europea tras la firma del **Acuerdo Marco Avanzado (AMA)**, el 13 de diciembre de 2023, el cual moderniza el actual Acuerdo de Asociación, vigente desde 2003. Este acuerdo permitirá contar con un marco institucional que profundiza las

relaciones bilaterales, el diálogo conjunto y establece una actualización de los temas políticos y de cooperación; que hace frente a los nuevos desafíos del comercio internacional, incluyendo nuevas temáticas, y otorgando a los productos nacionales un mejor acceso al mercado europeo.

En materia de relaciones económicas internacionales, destaca la entrada en vigor del **Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico** (CPTPP) en febrero de 2023. De esta forma, Chile se convierte en la décima economía en ser miembro pleno de este tratado. Asimismo, se logró avanzar en la negociación del Acuerdo Integral de Asociación Económica (CEPA) con Emiratos Árabes Unidos (EAU), y en la negociación de un Acuerdo de Asociación Económica con India, dando pie a un trabajo de pre negociación entre equipos técnicos de ambos países. A esto se suma nuestra participación en distintos foros económicos internacionales como APEC y OMC.

Desde la Dirección General de Promoción de Exportaciones, ProChile, se ha ejercido una labor importante en la promoción y diversificación de la matriz exportadora de Chile, implementando una serie de iniciativas estratégicas en mercados clave a nivel mundial. Estas actividades han sido fundamentales para ampliar la presencia de Chile en el comercio internacional y para abrir nuevos mercados para los productos y servicios chilenos. Como resultado de la gestión 2023, se logró apoyar a 5 mil 936 empresas, de las cuales 2 mil 609 fueron exportadoras, con montos exportados de 33 mil 29 millones de dólares, impactando en 497 mil 759 puestos de trabajo.

Chile busca desempeñar un papel fundamental en la transición energética y la descarbonización a nivel global. Está en el interés de Chile establecer relaciones sólidas en la extracción, exploración, comercialización y avances técnico-científicos con todos los potenciales inversionistas y mercados, con responsabilidad social y ambiental. Para avanzar en el cumplimiento de estos objetivos se firmó un Memorándum de entendimiento para establecer un Grupo de Trabajo Binacional de Litio y Salares Chile - Argentina en noviembre de 2023, y el Memorándum de Entendimiento para establecer una asociación estratégica sobre cadenas de valor sostenibles de materias primas entre Chile y la Unión Europea (UE) en julio de 2023.

En otras materias, durante el 2023 dos de los ejes prioritarios de gobierno fueron desarrollados y presentados desde nuestra Cancillería: la Política Exterior Feminista (PEF) y la Política Exterior Turquesa (PET).

Con la Política Exterior Feminista se establece el principio de igualdad y no discriminación como un eje rector en el quehacer de la política exterior de Chile, aportando así a la construcción de una sociedad más justa, inclusiva y sostenible. La PEF busca promover acciones de transversalización de género y eliminar los obstáculos que impiden el avance de las mujeres y niñas hacia el pleno ejercicio de su autonomía y derechos, a través de la

política internacional. Por ello, en junio de 2023, se presentó la Política Exterior Feminista de Chile (PEF) que considera ocho temas prioritarios que guían su campo de acción: los derechos humanos y el fortalecimiento de la democracia con foco en la igualdad de género; la promoción de la erradicación y eliminación de la violencia de género, el empoderamiento y mayor representación de las mujeres; la Agenda “Mujer, Paz y Seguridad”; comercio y género; cambio climático y género; Agenda Digital, Ciencia, Tecnología e Innovación; y el sistema integral de cuidados.

Por otro lado, con motivo de la inauguración del Pabellón de Chile en la COP28 en noviembre de 2023, y con la presencia de autoridades nacionales y extranjeras, Chile presentó la Política Exterior Turquesa como un eje que reafirma uno de los pilares de la política exterior de Chile, a través de la búsqueda de oportunidades y soluciones para hacer frente a la triple emergencia planetaria asociada al cambio climático, la pérdida de la biodiversidad y la contaminación. La Política Exterior Turquesa busca coordinar nuestra acción con una mirada integradora, para obtener más y mejores resultados a lo largo del desarrollo de la agenda ambiental internacional. Un hito relevante ha sido la firma del Acuerdo sobre la Conservación y Uso Sostenible de la Biodiversidad Marina más allá de las Jurisdicciones Nacionales (BBNJ) en septiembre de 2023, lo que dio pie a su posterior ratificación y depósito en Naciones Unidas.

Chile es un país **Antártico**, con Punta Arenas como ciudad puerta de entrada a dicho continente, entregando cobertura logística a 22 programas antárticos internacionales. La vinculación y compromiso de nuestro país con el Continente Blanco nos ha posicionado a la vanguardia de distintas materias polares, con un liderazgo ampliamente reconocido en las diversas instancias del Sistema del Tratado Antártico. Este reconocimiento nos permite avanzar en acuerdos que permitan fortalecer el diálogo político y ampliar las bases de cooperación científica, con países como Turquía, Francia, Reino Unido y China (suscritos en 2023). Asimismo, Chile ha mantenido la senda de fortalecer la ciencia antártica nacional, promoviendo el desarrollo de mayor y mejor investigación en ciencia, tecnología e innovación antártica, a través del Programa Nacional de Ciencia Antártica (PROCIEN), brindando fuentes de financiamiento, y apoyo logístico.

En el ámbito **Consular**, nuestro país cuenta con representación en 118 países, con 274 consulados de profesión y honorarios. En cifras, el año 2023 se realizaron más de 250.000 actuaciones consulares, lo que implica superar el millón de tramitaciones en la Red Consular. De estas, la mayoría se concentran en documentos de identidad, actos notariales y visados. Como hito principal, se debe destacar que Chile ha logrado mantener el estatus en el programa Visa Waiver, y el 31 de julio de 2023, Chile y Estados Unidos firmaron el Acuerdo de Implementación bilateral para la Prevención y el Combate de Delitos Graves, paso clave para el cumplimiento de dicho Programa.

Finalmente, en materia de **cooperación para el desarrollo**, durante el año 2023 se acordaron Programas de Cooperación para el período 2023-2025 con Argentina, Colombia, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Panamá; se llevaron a cabo nueve proyectos de cooperación bilateral vecinal; y se avanzó en la firma de convenios y memorándums de entendimiento entre Agencias con Italia y China. Por otro lado, el proyecto implementado por Chile y Japón, KIZUNA II, el cual busca fortalecer la capacidad de Reducción de Riesgos de Desastre en América Latina y el Caribe, definió su plan de acción 2023-2026.

Los principales avances presentados entre enero y diciembre del año 2023, dan cuenta del rol relevante que ha jugado nuestro país en medio de un contexto mundial altamente complejo y dinámico. Hemos desarrollado una nutrida agenda internacional, que evaluamos muy positivamente. Se ha logrado fortalecer nuestros vínculos con países y bloques con los que tenemos lazos históricos y relaciones estratégicas, pero también hemos sido capaces de profundizar la diversificación de nuestras relaciones exteriores.

El presente documento resume estas acciones desarrolladas durante el año 2023, las cuales han sido posibles gracias al trabajo y compromiso de los funcionarios y funcionarias de Cancillería, que despliegan su labor tanto en Chile como en el exterior.

## 2. Resumen Ejecutivo Servicio

A lo largo de estas cinco décadas, ProChile ha trabajado incansablemente para promover la calidad y la diversidad de los productos chilenos en el mundo, abriendo oportunidades en nuevos mercados y fortaleciendo la presencia de Chile en los ya existentes.

El impacto de ProChile en las exportaciones chilenas se refleja en cifras concretas: durante estos 50 años, las exportaciones no tradicionales han experimentado un crecimiento sostenido, diversificando la canasta exportadora del país y reduciendo su dependencia de los productos tradicionales. Asimismo, ProChile ha contribuido a posicionar a Chile como un país confiable y responsable en materia comercial, lo que ha facilitado la inserción de las empresas chilenas en la economía global.

A lo largo de estos 50 años, la composición de las exportaciones ha evolucionado sumando sectores y productos con valor agregado. Durante el 2023, las exportaciones chilenas ascendieron a US\$ 94.408 millones lo que significó una disminución de 1,6% respecto al 2022. En cuanto a las exportaciones (bienes y servicios) no cobre no litio alcanzaron los US\$43.490 millones, logrando los Usuarios de ProChile exportaciones no cobre no litio por US\$ 33.020 millones, lo que representó el 76% del total exportado por el país en 2023.

Si bien la nula variación en las exportaciones se podría considerar inicialmente como una señal de estancamiento, en realidad refleja la consolidación de un nivel históricamente alto de las exportaciones, ya que el año 2022 fue excepcionalmente alto en términos de exportaciones, lo que establece un punto de comparación elevado para 2023.

Este logro es particularmente notable dado el contexto global de incertidumbre económica y los desafíos logísticos que enfrentaron los mercados internacionales. La capacidad de Chile para mantener estas cifras históricas, incluso en un año sin crecimiento numérico, subraya la fortaleza y estabilidad del sector exportador, demostrando la solidez de la economía en un entorno global complejo.

Asimismo, en estos 50 años el valor de las exportaciones no cobre de Chile se ha multiplicado 95,8 veces, lo que da cuenta de un trabajo coordinado entre el sector público y privado, y el impacto que han tenido los acuerdos comerciales en las condiciones de acceso a los mercados mundiales, que le han entregado al país mejores posibilidades para ofrecer sus productos y servicios al mundo.

A pesar de los desafíos globales vividos el 2023, Chile cuenta con una base exportadora diversificada y competitiva que le permite enfrentar estos retos con solidez. Por otro lado, la digitalización y la incorporación de tecnologías avanzadas

en los procesos productivos están contribuyendo a mejorar la competitividad de las empresas chilenas en los mercados internacionales. La innovación y la sostenibilidad son cada vez más valoradas por los consumidores y empresas en el mundo, aspectos en los que Chile puede destacar y seguir fortaleciendo su posición como proveedor confiable y de calidad.

Dado lo anterior, para potenciar el dinamismo exportador, ProChile debe continuar jugando un rol activo en la promoción y facilitación de las exportaciones chilenas, apoyando a las empresas en su proceso de internacionalización y promoviendo una cultura exportadora en el país.

En este sentido, los 50 años de ProChile son un motivo de celebración y reconocimiento a su labor incansable en pro del desarrollo económico de Chile. Sin embargo, también son un llamado a seguir trabajando con el mismo compromiso y dedicación, para enfrentar los desafíos que el futuro nos depara y seguir posicionando a Chile como un actor relevante en el escenario internacional.

**Ignacio Fernández R.**

**Director General**

# 3. Resultados de la Gestión año 2023

## 3.1. Resultados asociados al Programa de Gobierno, mensajes presidenciales y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio

---

El 2023 fue un año de debilidad para el comercio mundial, producto de la desaceleración de la economía global, altas tasas de interés en Estados Unidos y Europa, crisis en el sector inmobiliario en China, y crecientes tensiones geopolíticas.

En este escenario, ProChile se enfocó en adaptar sus estrategias y programas para apoyar a las empresas chilenas en la expansión de sus negocios en el extranjero, aprovechando nuevas oportunidades y superando obstáculos.

Durante el año 2023, ProChile trabajó con un total de 5.936 empresas, de las cuales 2.609 son empresas exportadoras, que representan el 39% de los exportadores de bienes y servicios no cobre, y que generaron el 79% del monto exportado a nivel nacional. En cuanto al empleo, las empresas usuarias de ProChile proveen 497.759 plazas de trabajo.

De estas empresas, 1.152 son pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymex), que corresponden al 40% del total de Pymes exportadoras del país. Estas empresas exportaron US\$ 852 millones y brindaron 22.069 empleos.

Del total de empresas usuarias en 2023, el 72% se ha mantenido exportando por más de 3 años consecutivos, así también, el 35% de los usuarios aumentaron sus exportaciones respecto al 2022.

En términos generales, las empresas que acompaña y apoya ProChile, tienen mejores resultados en cuanto a su desempeño exportador, llegando a: 7 mercados promedio vs. 2 mercados los no usuarios y 6 productos exportados promedio vs. 5 productos los no usuarios.

## ¿Cuál es la caracterización de las empresas exportadoras usuarias 2023?

- El 63% pertenece al macrosector de Agroalimentos, seguido de un 18% para Industrias 4.0, 14% Servicios y 6% Industrias Creativas.
- El 41% corresponde a empresas de tamaño Pymex, el 41% a empresas de tamaño Grande, y el 10% Micro.
- Casi el 45% de las empresas usuarias exportadoras pertenecen a la Región Metropolitana, seguida de Valparaíso con un 9% y Maule con un 8%.
- Los principales mercados de exportación de las empresas usuarias de ProChile fueron: 23% China, 22% Estados Unidos, 8% Japón, 7% Brasil y 4% México.

De forma paralela, también se midieron durante el 2023, indicadores de monitoreo con énfasis en los lineamientos institucionales como: Permanencia exportadora de los usuarios ProChile, es decir, empresas que exportaban de forma intermitente durante el periodo lo hicieron de forma continua; como también la Transformación exportadora, donde empresas usuarias ProChile no exportadoras, lograron exportar por primera vez; y empresas usuarias que diversificaron en número sus mercados de exportación.

Los resultados institucionales 2023 se lograron debido a que la estrategia de ProChile ha sido construida en base a los ejes de gobierno, así como también, a las directrices ministeriales y énfasis de trabajo de SUBREI.

Dado lo anterior, ProChile durante el 2023 rediseña su estrategia de apoyo a la internacionalización de las empresas chilenas, definiendo tres lineamientos institucionales que permitirán focalizar el trabajo del Servicio: Pymes / Diversificación de mercados / Promoción de proveedores globales.

Estos lineamientos se basan en la composición de la oferta exportable chilena categorizada en 4 macrosectores: agroalimentos, industrias 4.0, servicios y economía creativa, diseñados para fortalecer la presencia internacional de las empresas chilenas, ampliar sus oportunidades de negocios y mejorar su competitividad en los mercados globales.

Estos lineamientos institucionales buscan avanzar en una mayor diversificación de mercados para las exportaciones de Chile, con mayor valor agregado, posicionando a Chile como un ecosistema de innovación de clase mundial, y que cuenta con una oferta exportable regionalizada y competitiva, a través de una gestión más sostenible e incorporando elementos de inclusión, como es el trabajo con empresas lideradas por mujeres y pueblos originarios. Asimismo, buscamos incrementar nuestro comercio intrarregional para impulsar las exportaciones, y con ello contribuir a la reactivación económica, la generación de ingresos y empleo.

## • **Lineamientos Institucionales**

### **Pymes**

En 2023 este segmento de empresas aportó el 3,4% del valor total exportado por el país, pero representa el 42,2% del total de empresas exportadoras y aporta con 52 mil empleos, con lo cual vemos que un importante número de empresas que participa del comercio internacional tiene una baja participación en los montos exportados.

Por su parte, ProChile durante el 2023 trabajó con 2.345 empresas de tamaño Pyme, de las cuales 1.405 son pequeñas y 940 medianas, y 1.193 no exportadoras. Para este segmento de empresas la Institución cumple un rol relevante como aliado estratégico, especialmente para aquellas empresas que no exportan y deseen dar sus primeros pasos en la internacionalización, brindando servicios de asesoría, capacitación, acceso a información y herramientas de promoción, que son clave para el éxito en los mercados internacionales.

El 40% de las Pymes exportadoras del país trabajaron con ProChile en 2023, y aportaron el 56% de los montos exportados al mundo por este tipo de empresas a nivel nacional.

Las empresas usuarias Pymex representaron un alto porcentaje de la gestión en cada región. En la gran mayoría de las regiones es cercano al 40% de las empresas atendidas durante el año 2023, destacándose las regiones de Atacama, Valparaíso y Coquimbo.

### **Diversificación**

La gran mayoría de las empresas exportadoras destina sus envíos a Latinoamérica, esta tendencia se mantiene entre las Pymes; sin embargo, en términos generales, estos envíos solo representan el 15% del monto exportado por el país. Adicional a esto, la gran mayoría de las exportaciones de servicios y de manufactura tienen como destino principal Latinoamérica, y la mayoría de las empresas de estos sectores son Pymes. Cabe mencionar que, por razones culturales, idiomáticas y de cercanía geográfica, muchas pequeñas y medianas empresas miran también esta zona geográfica para realizar sus primeras exportaciones. En ProChile estamos trabajando para que Latinoamérica se consolide como un destino relevante, en seguir diversificando los envíos del país con exportaciones de bienes y servicios que involucren desarrollo de innovación, tecnología, talento y aportando a la construcción de la imagen país en el exterior.

Esto no significa que estemos dejando de lado zonas que son destinos claves para nuestra oferta exportable, como es el caso de Asia (China e India), Europa y Norteamérica. Asia y América del Norte tienen gran relevancia para las exportaciones chilenas, por lo que buscamos aprovechar las oportunidades en estos mercados, especialmente para sectores como manufactura, servicios y alimentos, mientras que Europa se destaca como un destino crucial para la innovación.

Pero la diversificación de mercados no se trata solo de expandir nuestras fronteras geográficas, también implica explorar nuevos segmentos de clientes y adaptar nuestros productos y servicios a las necesidades específicas de cada mercado. En este sentido, hemos trabajado estrechamente con empresas chilenas para identificar nichos de mercado y desarrollar estrategias de penetración efectivas.

En este sentido, hemos fomentado la diversificación, aprovechando el potencial del comercio electrónico y las plataformas digitales para llegar a consumidores de todo el mundo. Esta transformación digital no solo amplía el alcance de nuestras empresas, sino que también les brinda herramientas para competir en un entorno cada vez más dinámico y competitivo.

En un mundo cada vez más globalizado, la diversificación de mercados se convierte en un pilar fundamental para el crecimiento económico de Chile, disminuyendo así los impactos por las inestabilidades en los mercados internacionales. En ProChile, estamos comprometidos en impulsar esta estrategia que no solo fortalece la posición de nuestras empresas en el escenario internacional, sino también contribuye a la resiliencia de nuestra economía.

En el cuadro comparativo entre las empresas usuarias de ProChile y las empresas que aún no trabajan con nosotros, se observa que las empresas que trabajan de la mano con ProChile como un aliado estratégico en la promoción de las exportaciones, obtienen mejor desempeño exportador, mejorando considerablemente los mercados y/o productos promedio exportados.

<b>Desempeño Exportador</b>	<b>Usuarios ProChile</b>	<b>No Usuarios ProChile</b>
<b>Mercados Promedio</b>	7	2
<b>Productos Promedio</b>	6	5

### **Proveedores de industrias exportadoras consolidadas**

Las grandes industrias exportadoras nacionales líderes globales en su categoría están sostenidas sobre una red de empresas proveedoras locales de bienes y servicios. Esta red son actores clave en la competitividad de cada industria (acuícola, agrícola, minera y energías limpias, eficiencia energética, gestión hídrica), aportando con innovación en los diversos procesos productivos involucrados. Estas empresas habitualmente no son empresas exportadoras y constituyen una nueva base de trabajo para ampliar nuestra matriz exportadora.

La base de trabajo para estos sectores está fundada en la estrategia de comercio internacional de Chile implementada en las últimas décadas, porque ha permitido la consolidación de diversos sectores. Por ejemplo, Chile es:

- Principal país exportador de cobre, con una participación del 22%.
- Primero en envíos de litio, con un 58% del mercado.
- Segundo exportador de fruta, con 8% de las exportaciones mundiales.
- Segundo exportador de salmón, con 18% de los envíos.
- Cuarto exportador de productos forestales, con un 2% del mercado mundial.

Bajo esta premisa se crea en 2023 el Programa Soluciones Globales, que buscó relevar la oferta chilena asociada a sectores en los que Chile goza de reconocimiento internacional, tales como agrícola, minero, acuícola, y energías limpias, eficiencia energética y gestión hídrica, y lograr exportaciones de bienes y servicios relacionados a estas industrias.

Por otra parte, Chile es señalado como el mejor destino para invertir en energías renovables entre los mercados emergentes del mundo, seguido por India, China, Colombia y Croacia; e igualmente destaca como país líder en Innovación en Latinoamérica, con soluciones de base tecnológica, productos y servicios sostenibles y de alto valor agregado, que han logrado escalar con gran éxito en los mercados internacionales.

De acuerdo con análisis basados en los registros de ProChile, con datos del Servicio Nacional de Aduanas, cerca de 735 empresas proveedoras de soluciones globales registraron envíos al exterior el 2022 por un total de US\$ 4.088 millones, representando un incremento del 24,6% en comparación con 2021.

Estas exportaciones en su mayoría son representadas por el sector acuícola, seguido por el minero y el agrícola, destacando los sectores de comercio como los de alimentos del mar, metalmecánica, química, envases y embalajes, plástico, TICs, servicios de suministro de infraestructura, telecomunicaciones, diseño de softwares, instalaciones y asesorías mineras

Con esta información se puede constatar que las empresas proveedoras de soluciones globales tienen un alto potencial de crecimiento en los mercados mundiales, representando una oportunidad para diversificar la canasta exportadora de bienes y servicios y estimular las exportaciones de las Pymes chilenas.

Por tal motivo, y alineados con la política de gobierno de expandir la base y la matriz exportadora, este programa busca conocer y potenciar a aquellos proveedores que, con sus bienes y servicios, contribuyen a que empresas exportadoras chilenas puedan ser líderes a nivel mundial.

En diciembre del 2023, se realizó el Seminario de Lanzamiento del Programa Soluciones Globales, empresas chilenas proveedoras para las industrias del mundo, donde se presentaron tendencias y oportunidades de negocios para la exportación de bienes y servicios en cada una de las verticales sectoriales del programa, a través de destacados expositores de Perú, Brasil y Chile, relevando la importancia de las empresas proveedoras en la cadena de valor dado su aporte con soluciones de eficiencia, innovación, productividad y seguridad. Como conclusiones se resaltó la importancia de trabajar en modo colaborativo generando alianzas necesarias para generar un aumento de las capacidades productivas, la necesidad de instalación de capacidades en las grandes industrias de modo transversal, la relevancia de los encadenamientos productivos que desarrollan a la red de empresas proveedoras locales. En dicha instancia igualmente, se mostró la programación 2024 para el programa, donde destaca la realización del encuentro de negocios Enexpro Soluciones Globales.

- **Oferta Sectorial**

### **Agroalimentos**

El sector de agroalimentos aportó el 52,8% de los Usuarios de ProChile en 2023, con un total de 3,136 empresas. De ellas, el 44% eran empresas exportadoras y el 56% no exportadoras. Los principales mercados de destino fueron Estados Unidos, China, Japón, Brasil y México, con un total de US\$ 13,066 millones.

En cuanto a estrategias de internacionalización, se destacan actividades como la participación en APIMONDIA 2023 para el sector apícola, el impulso de vinos de nicho y el apoyo a la innovación alimentaria. También se mencionan acciones específicas para promover la exportación de productos del mar y el programa de Agricultura de Menor Escala.

Además, se resaltan las participaciones en ferias internacionales como Anuga, China Fisheries y Apas Show, principalmente para los sectores de Productos del mar, Vinos, Agroindustrias, entre otros.

### **Industrias 4.0**

Industrias 4.0 aportó en 2023 el 15,4% (915) de los usuarios de ProChile. De éstos, un 51% fueron empresas exportadoras (467), mientras que un 49% fueron empresas no exportadoras (448). Los cinco principales mercados de destino fueron China, Estados Unidos, Brasil, Japón y Corea del Sur, por un monto total de US\$ 12.682 millones.

En el sector de Salud, se fortaleció la oferta nacional y se realizó un programa Softlanding para empresas de dispositivos médicos y HealthTech en el mercado estadounidense. En Minería, se implementó un programa

piloto para acelerar la internacionalización en mercados demandantes, y se fortaleció la mesa de Proveedores para la Minería.

En ferias internacionales, se destacó la presencia de los sectores productivos de Industrias 4.0, como Proveedores Acuícolas, Proveedores para la Minería, Metalmecánica, Forestal y Envases y Embalajes, buscando generar alianzas y fortalecer la presencia chilena en el exterior. También se realizaron estudios de inteligencia comercial en India y el Sudeste de Estados Unidos.

## **Servicios**

El macrosector durante el 2023 se atendieron 358 exportadores del sector servicios, de los cuales 206 son Pymex, con un monto de exportación equivalente a los MMUS\$ 295. Esto permitió generar 76.323 empleos para el sector.

En 2023, las exportaciones de servicios alcanzaron los US\$ 2,153 millones, un aumento del 55,5% respecto al año anterior, siendo Estados Unidos el mercado más importante. Se destacan las exportaciones en servicios TICs, Financieros, Administración e Investigación y Desarrollo. Además, se fortaleció el trabajo en sectores como Edutech, Healthtech, Fintech, entre otros.

ProChile realizó aproximadamente 77 actividades para promover la exportación de servicios, incluyendo misiones comerciales, aceleraciones y participaciones en ferias, con foco en Colombia, Perú, Paraguay, México y Estados Unidos.

En cuanto al turismo, ProChile trabajó en la promoción del turismo receptivo, apoyando la internacionalización de empresas turísticas y Tour Operadores. Se priorizó el trabajo en regiones como Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Aysén y Magallanes. Se destacan actividades como la ruta por la Patagonia, el Workshop en México y el roadshow de turismo en Estados Unidos, entre otras iniciativas.

## **Industrias Creativas**

Las usuarias exportadoras alcanzaron las 146 empresas y exportaron montos por US\$40 millones, con 2.062 empleos asociados a nuestros usuarios.

En 2023, ProChile incorporó el área de Artesanía como un nuevo subsector al trabajo de promoción internacional, sumándose a los 12 subsectores previamente priorizados. Se destacan las acciones de promoción internacional en más de 20 mercados, con presencia en eventos como Marché du Film, Berlinale, Game Developer Conference, MIFA Anney, entre otros.

Durante 2023, se realizaron 65 actividades de promoción internacional para los subsectores priorizados de industria creativa, incluyendo la participación en 17 ferias internacionales. Se logró la participación de casi 700 usuarios en instrumentos de ProChile, con 146 empresas exportadoras que

alcanzaron montos por US\$40 millones y generaron 2.062 empleos asociados.

ProChile mantiene una coordinación interinstitucional con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, la División de las Culturas, las Artes, el Patrimonio y la Diplomacia Pública de la Cancillería (DIRAC), Fundación Imagen de Chile y CORFO, entre otros. Además, han fortalecido relaciones con cerca de 26 gremios, asociaciones, fundaciones y cooperativas del sector creativo.

- **Ejes Transversales**

## **Sostenibilidad**

Durante 2023 se mantuvo la continuidad del Test de Gestión Sostenible, llegando a más de 640 empresas, lo que sumado años anteriores da un total de 2.295 empresas que han utilizado esto.

Se desarrolló el plan anual correspondiente a nuestro convenio con el Programa Estado Verde, y obteniendo la pre-acreditación para el nivel de excelencia. El desarrollo de las actividades del plan culminó con la obtención del sello para la institución durante el primer trimestre del 2024. Además, se realizó el primer estudio de materialidad de ProChile, con estándares GRI el que tenía por objetivo identificar los temas relevantes tanto para la institución como para nuestros usuarios y que deben ser trabajados y reportados, según su grado de importancia. Este estudio es parte de las acciones definidas por la Política de Sostenibilidad y fue una acción relevante para llevar a cabo el Primer Reporte de sostenibilidad el año 2024. Así también, se realizaron nuevas acciones de capacitación y talleres a trabajadores y empresas usuarias. A estas últimas, un taller sobre comunicación efectiva de la sostenibilidad basado en datos y sobre cómo hacer una política de sostenibilidad para empresas agroexportadoras.

ProChile participó por segunda vez en la 28° Conferencia de Cambio Climático de Naciones Unidas en Dubái, con una delegación de 15 empresas chilenas de base tecnológica, que venden productos o servicios relacionados a la mitigación y adaptación del cambio climático.

Como parte de las actividades de colaboración con otras instituciones, en 2023 se retomó el trabajo de la mesa de CODESU - Mesa de Huella Ambiental- en la que, junto a una experta de la Unión Europea, se abordaron los detalles de la regulación CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism), analizando los pasos para su implementación y detalles de su funcionamiento en los próximos años.

Por último, se mantuvo el trabajo asociado a la promoción de la industria del Hidrógeno Verde, según el Plan de Negocios de ProChile, con actividades de promoción de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde y colaboración para la inversión en 7 países. Así también participamos en 3 ferias Hyvolution Paris, World Hydrogen en Rotterdam y Hyvolution Chile a las que asistieron alrededor de 90 personas de distintas empresas que están en la cadena de valor de industria.

## Género

El Programa Mujer Exporta en 2023 continuó trabajando por el desarrollo económico femenino y su permanencia en el ámbito exportador, a través del Programa Mujer Exporta, basado en tres pilares fundamentales: capacitación, internacionalización y generación de redes, entre las que destacan: realización de ciclo de charlas Mujer Exporta, correspondiente a la capacitación en temáticas de Comercio Inclusivo, Propiedad Intelectual, Marca Chile, Sostenibilidad y Comercio Justo; además de mentorías enfocadas en empresas lideradas por mujeres en el sector de servicios; buscando fortalecer sus competencias y mejorar la toma de decisiones en procesos de exportación; así como un programa de formación para empresas del sector audiovisual lideradas por mujeres y/o relacionadas a la comunidad LGTBIQ+ .

La capacitación y sensibilización de las temáticas vinculadas al área frente a la audiencia interna continúa siendo un permanente foco en la labor institucional. Se realizó un taller de Lenguaje Inclusivo o No Binario y tres charlas de sensibilización a los equipos nacionales e internacionales de ProChile, la primera orientada a temas de perspectiva de género en las organizaciones, la segunda a diversidad sexogenérica y la tercera con foco en salud mental y trabajo: una perspectiva de género.

En cuanto a las acciones de internacionalización, se llevaron a cabo tres actividades importantes como: **Crossing the Equator - MasterClass Mujeres en el Vino**, que organiza todos los años la revista especializada en vinos Perswijn, hizo el llamado a postular a cuatro viñas lideradas por mujeres con interés en ingresar o consolidar su presencia en el mercado neerlandés y/o cercanos. Participación de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, En este escenario, ProChile invitó a 10 empresas chilenas lideradas por mujeres con una oferta de productos y servicios editoriales exportables a participar de las Jornadas Profesionales de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires y Misión Comercial Mujer Exporta a Pixelatl, delegación de 4 mujeres productoras chilenas de animación con oferta exportable.

Por último, la vinculación se materializó a través de la segunda versión de la Distinción Mujer Exporta, actividad que en su segunda versión reconoció a mujeres de todo el país por su rol en algunas de las 6 categorías definidas:

- Compromiso con la internacionalización.
- Aporte al empleo femenino.
- Relevancia en el territorio (trabajo con comunidades).
- Compromiso con el triple impacto.
- Transformación digital y gestión del cambio.
- Ciencia, Tecnología e Innovación.

## **Pueblos Originarios**

Durante el 2023 se ejecutó el Programa de Formación Territorial (PFT) que permitió capacitar a un total de 22 empresas de Pueblos Originarios en las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, con foco en los sectores agroalimentario y gourmet, artesanías y también de servicios de turismo indígena, a través de un plan de acciones que incluyen sesiones de mentorías grupales especializadas en internacionalización y personalizadas para entregar herramientas técnicas en distintas materias, diagnóstico de la oferta, impulsando así con capacidades y habilidades el desarrollo de las empresas y/o potenciar sus negocios. Adicionalmente, se gestionó un ciclo de talleres para empresas del sector de alimentos, para reforzar las herramientas necesarias para la reflexión interna sobre el proceso exportador, partiendo por el análisis de los productos que hoy desarrollan, además de entregar la información adecuada para que reconozcan a los actores de la cadena de comercialización, canales de distribución, importancia de los acuerdos comerciales y su respuesta en tiempos comprometidos, y comprender la importancia de la construcción de precios/tarifas adecuadas para un proceso exitoso.

Algunas de las acciones de internacionalización fueron la participación en el World Indigenous Tourism Summit que buscó apoyar a empresas del sector de Turismo pertenecientes a Pueblos Originarios para que fueran parte de esta experiencia con representantes de diversas partes de la industria del turismo. Una Misión Comercial a Colombia, con el objetivo de impulsar, gestionar y apoyar la difusión e internacionalización de empresas de alimentos y participación en el World Indigenous Business Forum, para conversaciones cara a cara, visiones, aprendizaje compartido, oportunidades mutuas, y posibilidades de inversión.

Dentro de las acciones fundamentales destacamos la vinculación y generación de redes y alianzas con distintas entidades nacionales e internacionales que han permitido avanzar en el progreso del Programa de Internacionalización de Pueblos Originarios, articulando el trabajo coordinadamente con organizaciones públicas y privadas nacionales, entre ellas están: CONADI, Comité de Desarrollo y Fomento Indígena de CORFO, SERCOTEC junto a sus Centros de Negocios como INAKEYU, Subsecretaría de Turismo, SERNATUR, ONU Mujeres con su programa Originarias, Artesanías de Chile, y distintas asociaciones que representan los sectores priorizados. Entre las redes internacionales destacan: World Indigenous Tourism Alliance (WINTA), Western Australian Indigenous Tourism Operators Council (WAITOC), Asociación Nacional de Turismo Indígena de Colombia (ASONTIC), Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC), entre otros.

## **Innovación**

El área de Innovación tiene como rol diseñar y apoyar la implementación de distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas de alto impacto, así como generar acciones de visibilización y

difusión que posicionen a Chile como referente de Innovación y Emprendimiento a nivel mundial. Para lograr este objetivo se diseñaron e implementaron distintas herramientas y programas con el objetivo de permitir la internacionalización de empresas de base tecnológica con soluciones disruptivas e incrementales, de gran escalabilidad y alto impacto. Las distintas herramientas se orientan de acuerdo con las diferentes necesidades y etapas de desarrollo en las que se encuentran las empresas, ya sean startups y/o scaleups.

Durante el 2023 el trabajo en esta área se centró en generar programas que acompañan el proceso de internacionalización de empresas en mercados consolidados y en particular abriendo nuevas oportunidades comerciales. Estas empresas con soluciones de base tecnológica y un alto potencial de escalabilidad fueron apoyadas con 3 tipos de herramientas:

- **Formación de capacidades:** diseñado para empresas que buscan internacionalizar sus soluciones, mostrando oportunidades en mercados muchas veces poco explorados, capacitando en temáticas relevantes como levantamiento de capital en mercados extranjeros, leyes de protección de datos, etc.
- **Exploración:** con el objetivo de explorar oportunidades en mercados internacionales diseñamos y organizamos misiones comerciales en el marco de eventos tecnológicos en donde startups nacionales pueden conectar con ecosistemas extranjeros, coordinar reuniones de negocio, exponer su solución con stand, etc.
- **Inmersión:** esta categoría de herramientas está espacialmente diseñadas para llevar empresas chilenas con soluciones innovadoras y altamente escalables al mundo a través de giras internacionales, programas de aceleración, softlanding. Ejemplos son GoGlobal y ProChile Global X.

En esa línea, en 2023 ProChile continuó fortaleciendo sus principales programas: **Market Entry Series**, **Investment Readiness**, **ProChile Global X**, **Gira España** y **GoGlobal**.

## **3.2 Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía**

---

### **Generación y Difusión de Comercio Exterior**

Los servicios transversales que entrega ProChile a los exportadores y potenciales exportadores, asociados al producto Generación y Difusión de Información de Comercio Exterior, están enfocados a acciones de monitoreo, selección, organización y procesamiento del conocimiento de los mercados internacionales; análisis, desarrollo y difusión de estadísticas, tendencias, oportunidades y alertas de mercados , incluyendo información sobre acceso a mercados internacionales y barreras arancelarias y paraarancelarias (certificaciones, normativas y reglamentos), para las empresas, especialmente pymes, con el objeto de facilitarles el acceso y/o permanencia a las economías internacionales.

### **Información de Mercado**

ProChile en su afán de promover las exportaciones, pone a disposición de las empresas nacionales información y contenidos relacionados con el comercio internacional, a través de la plataforma Centro Digital del Conocimiento (CDC), desarrollada especialmente para entregar información estratégica mundial.

En el Centro Digital del Conocimiento se puede encontrar información de mercados internacionales, material de capacitación y formación en comercio internacional en bibliotecas de documentos, eCommerce, transformación digital para la internacionalización, comercio sostenible y talleres de mercado divididos por sector y país, cubriendo desde las industrias creativas y de las artes, hasta la alimentaria y agropecuaria, entre otros.

Parte importante de la información y estudios contenidos en esta plataforma, son generados por nuestras oficinas comerciales, por lo que la información ahí contenida es generada de primera fuente.

Durante el 2023 se elaboraron 159 publicaciones de estudios, de los cuales 118 publicaciones corresponden a Estudios de Mercados elaborados por las Oficinas Comerciales. El total de publicaciones de estudios sumados a los estudios anteriores, tuvieron 5.766 visitas mensuales en promedio y 922 informes descargados mensualmente en promedio.

<i>Estudios de Mercados 2023 elaboradas por las Oficinas Comerciales</i>				
<i>Zona Geográfica</i>	<i>Sectoriales</i>	<i>Transversales</i>	<i>Claves para hacer negocios</i>	<i>Total</i>
<i>América</i>	27	11	14	52
<i>Asia y Oceanía</i>	21	1	10	32
<i>Europa, África Y Medio Oriente</i>	20	3	11	34
<i>Total</i>	68	15	35	<b>118</b>

## **Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras**

Este producto estratégico considera la facilitación, y aceleración, del proceso de exportación y de internacionalización al trabajar el área de Capacitación y el área de Convenios, las cuales, en su conjunto, desarrollan y potencian capacidades de gestión internacional a través de la entrega de contenidos y el contacto con expertos y facilitadores del comercio internacional, proyectando un proceso de aprendizaje sostenible en el largo plazo.

### **Capacitación y Formación**

El área de Capacitación y Formación tiene la finalidad de desarrollar metodologías y contenidos técnicos para el aprendizaje relacionado con materias de comercio internacional, implementando el Programa de Capacitación Empresas y el Programa de Gestión en Comercio Internacional (Aula Virtual), ambos responden a las necesidades de especialización en comercio exterior levantadas desde la ciudadanía en todas las regiones, las empresas y opinión de expertos.

En el Programa de Capacitación a Empresas, se diseñaron y ejecutaron 15 actividades que totalizaron 39 sesiones en las que se registraron 1.640 participantes de 641 empresas, aumentando en un 54% el número de empresas participantes respecto al 2022. Entre los talleres y ciclos de talleres que se ejecutaron se encuentran: Exportación de Bienes y logística, Innovación, Certificación de Origen y Propiedad Intelectual.

Por otra parte, el Programa de Gestión en Comercio Internacional, Aula Virtual ProChile, tiene como objetivo entregar contenidos técnicos de comercio exterior a las personas con interés en el perfeccionamiento en temas de negocios internacionales para fortalecer el ecosistema exportador nacional, a través de un LMS (Learning Management System) alojado en la

Web de ProChile lo que permitió el acceso a estos contenidos desde cualquier parte del mundo. En esta plataforma se desarrollaron 15 cursos en modalidad asincrónico y sincrónicos y 2 diplomados. Entre los cursos impartidos durante el 2023, destacan: Plan de Negocios para la Internacionalización, Fijación de Precios Internacionales, Inteligencia de mercados y Marketing y Ventas. Además, se implementaron los Diplomados en Innovación y Transformación Digital y el Diplomado en Estrategias de Internacionalización. Durante el 2023 participaron un total de 1.131 estudiantes en el Aula Virtual, totalizando 487 horas pedagógicas de formación e-Learning.

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

ProChile cuenta con variadas herramientas de promoción, pudiendo ofrecer los productos y/o servicios en más de 54 mercados. Participando en diferentes acciones de promoción como ferias internacionales, misiones comerciales, ruedas de negocios y más actividades, especialmente diseñadas para lograr consolidar las exportaciones y diversificar los mercados de destino. Bajo este producto se desarrollan acciones de promoción destinadas a apoyar el proceso de internacionalización de las empresas chilenas.

### **Encuentros de Negocios**

Durante el 2023, los Encuentros de Negocios permitieron fortalecer las relaciones comerciales entre Chile y los demás países, pudiendo generar oportunidades de negocio, alianzas estratégicas y un perfecto match entre la oferta y demanda de las empresas participantes. Los principales Encuentros de Negocios realizados el 2023 fueron:

**Encuentro de Negocios LATAM - Panamá 2023:** En el marco del Encuentro de Negocios Latam 2023 celebrado en Ciudad de Panamá y organizado por ProChile, se llevaron a cabo 599 reuniones comerciales que proyectan negocios por más de US\$ 23.4 millones. Este evento que tuvo como objetivo principal impulsar las exportaciones hacia Latinoamérica, con especial atención en las Pymes exportadoras contó con la participación 54 empresas chilenas y 99 importadores provenientes de 16 mercados diferentes. Se hizo hincapié en destacar la oferta innovadora en sectores como salud, industria forestal, envases, metalmecánico y agro.

Además de las reuniones de negocios, el evento incluyó actividades complementarias, como la Mesa de la Salud y paneles de discusión sobre integración regional y oportunidades de negocios en diversos mercados. La delegación chilena, liderada por el Director General de ProChile, participó activamente en estas iniciativas y también llevó a cabo visitas técnicas a empresas, incluyendo el Canal de Panamá.

Asimismo, se formalizó un convenio de colaboración entre ProChile y su homólogo, ProPanamá, con el objetivo de fortalecer la cooperación

empresarial entre Chile y Panamá. La representación chilena, además de empresas, incluyó a destacados representantes de asociaciones gremiales, consolidando así una participación integral y estratégica en el encuentro.

#### Encuentro de Negocios LATAM - Panamá 2023

<i>N° empresas Usuarias nacionales Pymes</i>	49
<i>N° empresas Usuarias nacionales No Pyme</i>	0
<i>N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)</i>	71
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	23.000.000

**Encuentro de Negocios Chile - México 2023:** Durante dos días, con casi 150 importadores mexicanos y más de 40 exportadores chilenos de los sectores de Vinos, Gin y Pisco, Innovación Alimentaria, Productos del Mar, Forestal, Fintech, Edutech, Healthtech y Logística, se realizó el Encuentro de Negocios Chile-México organizado por ProChile en el Centro Cultural Los Pinos (antigua casa del Presidente) de Ciudad de México, con el objetivo de continuar posicionando a Chile en ese país y fortalecer aún más la relación bilateral.

Los resultados de este encuentro fueron satisfactorios para el sector exportador chileno, ya que se proyectaron negocios por casi US\$113.955.010 en los próximos tres años y US\$104.540.010 a seis meses.

#### Encuentro de Negocios Chile - México 2023

<i>N° empresas Usuarias nacionales Pymes</i>	42
<i>N° empresas Usuarias nacionales No Pyme</i>	4
<i>N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)</i>	101
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	104.540.010

**Binacional Perú - Chile 2023:** El XIII Encuentro Binacional Perú - Chile 2023 generó US\$ 14.4 millones en compromisos comerciales como resultado de 330 citas en las que se negoció la oferta de los sectores de agro, equipamiento para la industria alimentaria, servicios logísticos y turismo. Esta es la mayor cifra generada en todas las versiones hasta la fecha,

superando en 60% el resultado del año pasado y las proyecciones iniciales de esta versión que fueron US\$ 9 millones.

La actividad se desarrolló el 29 y 30 de noviembre en Tacna en alianza con la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú). En la rueda de negocios participaron 53 pequeñas y medianas empresas exportadoras y con potencial exportador, así como 25 compradores chilenos, convocados por PromPerú. Por primera vez, participaron 6 compradores de Bolivia y de 4 de Brasil. También de manera presencial, se incluyó al sector turismo en la rueda de negocios para contribuir con su reactivación.

#### Binacional Perú - Chile 2023:

<i>N° empresas Usuarías nacionales Pymes</i>	10
<i>N° empresas Usuarías nacionales No Pyme</i>	8
<i>N° de Empresas Usuarías extranjeras (importadores)</i>	14
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	US\$14.4 millones

**Encuentro Chile-Brasil 2023 (ChileWeek Brasil):** El encuentro se llevó a cabo, entre el 27 de noviembre y el 01 de diciembre del 2023, en Sao Paulo y Belo Horizonte, Brasil, donde contamos con la presencia de 41 empresas chilenas Pymes, y 90 Importadores, con un foco en Alimentos, Proveedores de Bienes y Servicios para la Minería, Inversión y Turismo a nivel Sudamericano, se brindó a las empresas nacionales, de estos sectores, la oportunidad de presentar su oferta y explorar las oportunidades de negocios que Chile ofrece con su principal socio comercial en Latinoamérica.

Durante el evento se llevaron a cabo diversas actividades como: ruedas de negocios (250 reuniones de negocios), talleres, seminarios y visitas técnicas, además de acciones de networking, con el fin de promover la oferta chilena de alimentos y bebidas, el turismo receptivo en Chile y atraer posibles inversiones, así como para destacar las soluciones para la minería que el país ofrece.

Entre los resultados obtenidos podemos mencionar que se estableció una sólida conexión con importadores, distribuidores, mayoristas, minoristas, representantes comerciales y otros actores clave del mercado, así como con los stakeholders del ecosistema empresarial brasileño, ofreciendo propuestas de valor concretas y efectivas. Durante las ruedas de negocios y encuentros, se proyectaron negocios que alcanzaron cerca de los US\$ 11 millones.

## Encuentro Chile-Brasil 2023 (ChileWeek Brasil)

<i>N° empresas Usuarias nacionales Pymes</i>	48
<i>N° empresas Usuarias nacionales No Pyme</i>	0
<i>N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)</i>	100
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	US\$ 11 millones

**ChileSummit 200/20:** En 2023 se celebraron los 200/20 (200 años de relaciones diplomáticas y 20 desde la firma del Tratado de Libre Comercio) con Estados Unidos a través de un Chile Summit que consistió en 3 actividades en 3 ciudades: Miami, San Francisco y Nueva York.

El 11 de diciembre de 2023, en la ciudad de Miami, Florida, se realizó el seminario "Partners for a Better Future" tuvo foco en el posicionamiento de nuestro país como socio estratégico en Latinoamérica, y la promoción de oferta exportable de bienes, servicios y talento chileno.

Evento permitió estrechar la relación bilateral entre Chile y EE.UU., mostrar el talento y la innovación de las empresas chilenas que participaron en el evento y resaltar a Chile como país líder en innovación y sostenibilidad, como también un socio confiable y de largo plazo dentro de Latinoamérica, visibilizando una oferta exportable diversificada, desde alimentos/vino hasta servicios de base científico-tecnológica.

Dicho evento contó con la presencia de 150 destacados miembros de la industria, socios, start up, y la comunidad empresarial chilena y del sur de la Florida.

## CHILE SUMMIT 200-20 CHILE & EE.UU. en MIAMI, FLORIDA, EE.UU.

<i>N° empresas Usuarias nacionales Pymes</i>	100
<i>N° empresas Usuarias nacionales No Pyme</i>	25
<i>N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)</i>	30
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	1.000.000

El martes 24 de octubre de 2023, en la ciudad de San Francisco, California, se realizó un Seminario de vinos chilenos con 3 actividades incluidas: a) Master class de Rodolfo Guzman sobre tesoros culinarios de Chile, b) Master class de vinos de California y Chile, y c) Walk Around Tasting Degustación con 12-14 estaciones (stands) de viñas chilenas.

El evento contó con la asistencia de 137 personas de la alta relevancia de la industria del vino de California. Pudiendo construir nuevas bases de relacionamiento comercial y levantamiento de información de importadores/distribuidores para desarrollar más las oportunidades para la industria exportadora de vino de Chile. Participaron más de 50 empresas distribuidoras, retailer y restaurants, además de 33 consultores y profesionales de la industria del vino de California (escuelas/tour-operadores/revistas).

### CHILE SUMMIT 200-20 CHILE & EE.UU. en SAN FRANCISCO, CALIFORNIA, EE.UU.

<i>N° empresas Usuaris nacionales Pymes</i>	3
<i>N° empresas Usuaris nacionales No Pyme</i>	17
<i>N° de Empresas Usuaris extranjeras (importadores)</i>	13
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	1.000.000

El 30 de octubre de 2023, en Nueva York, se realizó una actividad integral, “experiencia de Chile”, a través de dar a conocer su oferta de alimentos, bebidas y alcoholes, así como el trabajo que se está realizando en temas de sostenibilidad, turismo y difusión de la cultura y artesanía de Chile.

Hubo stands de exhibición y degustación de productos. Además, se realizaron tres workshops: vinos, sostenibilidad y turismo.

Primera vez que se realiza un evento multisectorial en EE. UU., incluyendo a asociaciones gremiales, marcas sectoriales, empresas exportadoras.

## CHILE SUMMIT 200-20 CHILE & EE.UU. en NUEVA YORK, EE.UU.

<i>N° empresas Usuarias nacionales Pymes</i>	Industria de fruta fresca, productos del mar (salmón, mejillones), vino, pisco, mieles, artesanías y turismo
<i>N° empresas Usuarias nacionales No Pyme</i>	N/A
<i>N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)</i>	N/A
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	N/A

**ChileWeek China:** Entre el 14 y el 20 de octubre del 2023 se celebró la 8va versión del ChileWeek China (CWC), de manera presencial, en las ciudades de Shenzhen, Chengdu, Beijing y Shanghai, con un total de 40 actividades en toda China, entre ellas: Inauguración y encuentro de negocios en cada una de las ciudades, visita al puerto de Yantian, livestreaming de alimentos, seminarios de electromovilidad, celebración del día de la innovación, Chile ECommerce Festival, Gala Dinner, visitas técnicas a retailers de interés, etc.

Esta 8va versión, estuvo marcada por una gran participación de empresas chilenas del sector agroindustrial, 13 de ellas invitadas por ProChile; un gran número de asociaciones gremiales chilenas (WOC, Chile Pork, Sofofa, etc.) e importadores, distribuidores y contrapartes chinas; altas autoridades de diversos sectores en Chile (Ministro de Transporte, Ministro de Economía, Ministro de Agricultura, Subsecretaria de Relaciones Exteriores, etc.), así como una gran delegación de autoridades chinas interesadas en estrechar los lazos de cooperación y apoyo entre ambos países.

Más de 400 personas fueron participes de esta gran actividad que permitió posicionar y fortalecer la imagen de Chile en el mercado chino, destacando nuestra oferta como proveedores confiables con un fuerte compromiso con la calidad e inocuidad de nuestros productos.

Algunos de los resultados obtenidos:

- Fidelización de contrapartes públicas y privadas. Trabajo colaborativo con organismos públicos y asociaciones chinas.
- Gran impacto mediático, se obtuvieron un gran número de publicaciones en diferentes medios.
- Posicionamiento de Chile como país proveedor de productos de alta calidad y sustentabilidad.

- Posicionamiento transversal de Chile en nuevas redes sociales chinas lo que abre una ventana a un nuevo público chino; más joven, más informado, más selectivo y consciente. Se espera que esta estrategia permita expandir sustancialmente la presencia de Chile en el mercado.
- Primer arribo de Salmón Coho a China, luego de que se firmara el protocolo de productos acuícolas durante ChileWeek. El envío fue de 2.3 toneladas, las que llegaron a Chengdu por aire.

## ChileWeek China

<i>N° empresas Usuarias nacionales Pymes</i>	1
<i>N° empresas Usuarias nacionales No Pyme</i>	13
<i>N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)</i>	196
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	2.000.000

**Evento Misión de Prospección Público Privada a India 2023:** Desde el 19 al 24 de junio 2023, se realizó el accionable de promoción para el mercado de la India, junto con la misión de prospección del sector público y privado al mercado. El evento buscaba seguir la estrategia del mercado para prospectar, capitalizar y comunicar las nuevas oportunidades comerciales que permitan diversificar nuestras exportaciones y aumentar la participación de mercado para cada una de las industrias estratégicas de Chile. Dentro de la delegación se contó con la participación de asociaciones como Frutas de Chile, Wines of Chile, Consejo Exportador de Alimentos, ChilePrunes, el presidente del Consejo Empresarial Chile-India, ChileMeat, ChileNut y desde Cancillería con el Embajador de Chile en India, el Director General de ProChile, la Directora Internacional (s) de ProChile, Agregada Comercial de la Oficina de Nueva Delhi, Representante Comercial de ProChile en Mumbai y SUBREI.

Las acciones realizadas en el evento de prospección público-privado fueron las siguientes:

- Prospección de mercado e identificación de oportunidades comerciales (encuentro de networking, evento Sabores de Chile, etc.).
- Capacitaciones (talleres, seminarios, visitas técnicas, etc.).
- Acciones de promoción y comunicación (activaciones de marketing, marketing digital, comunicaciones, etc.).
- Actividades público-privadas (Consejo Empresarial Chile-India).

Las distintas actividades que se organizaron cumplían los siguientes objetivos y resultados (coordinados entre ProChile, Subrei y sector privado):

- Promocionales: actividades de networking con empresarios, autoridades, medios de comunicación e influencers; entrevistas en medios; reuniones con importadores y visitas a canales de distribución.
- Sectoriales: reuniones a pedido de ChileNuts, ChilePrunes, ChileMeats y Wines of Chile.
- Institucionales: primera reunión del Consejo Empresarial Chile - India.
- Gubernamentales: reuniones con Ministerio de Comercio y con agencias regulatorias - FSSAI, Ministerio de Agricultura.

### Evento Misión de Prospección Público Privada a India

<i>° empresas Usuarias nacionales Pymes</i>	N/A
<i>N° empresas Usuarias nacionales No Pyme</i>	N/A
<i>N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)</i>	N/A
<i>Monto de Negocios Proyectados</i>	N/A

### Ruedas de Negocios

Los **Encuentros Exportadores (Enexpros)**, son herramientas que apoyaron a distintos sectores productivos del país, organizadas por ProChile para generar contactos comerciales entre exportadores e importadores de todo el mundo. Las empresas participantes, que representan lo mejor de la oferta exportable chilena, cuentan con el acompañamiento, gestión y apoyo de la red nacional de ProChile y de sus más de 50 Oficinas Comerciales en el mundo.

Los resultados de la realización de estas actividades en 2023 son:

- 555 empresas exportadoras.
- 203 importadores.
- 2.003 citas de negocios.
- US\$ 211.6 millones proyectados.

**Enexpro Industrias Creativas:** Se realizó en la Región de Valparaíso, específicamente en el Palacio Vergara (Viña del mar) y el parque cultural Valparaíso (Ex-Carcel) entre los días 7 y 9 de noviembre de 2023. Esta versión tuvo como objetivos apoyar a la reactivación de las MiPymes del sector Creativo Chileno a través de la internacionalización, relevar el rol de la Industria Creativa y las Culturas para la imagen país, potenciar la diversificación de la matriz productiva y la oferta exportadora de Chile y apoyar la internacionalización en el contexto del fomento de Estado al desarrollo de las Economías Creativas. Los sectores priorizados para esta oportunidad fueron animación, artes escénicas, artes de la visualidad, audiovisual, diseño, editorial, moda, música, narrativa gráfica e ilustración y videojuegos.

El evento reunió a 180 exportadores nacionales de Arica a Punta Arenas, 45 empresas internacionales de los mercados de Estados Unidos, México, Canadá, Argentina, Colombia, Perú, Francia, España, Turquía, Corea y Japón, concretándose 500 citas, con proyecciones de negocios por US\$ 26 millones.

**Enexpro Alimentos:** El Encuentro de Negocios Enexpro Alimentos 2023 se llevó a cabo entre el 05 y 08 de junio en la ciudad de Santiago, para el cual se priorizaron los siguientes subsectores Fruta Fresca, Frutos Secos, Agroindustria y Vinos de Nicho.

Durante este encuentro, se buscó la reunión entre empresas chilenas exportadoras de los sectores mencionados y compradores internacionales provenientes de más de 10 mercados. Además, se facilitó el encuentro entre empresas con potencial exportador y representantes comerciales de las Oficinas Comerciales de ProChile de Hamburgo, Nueva York, Sao Paulo, Ciudad de Guatemala y Nueva Delhi. En paralelo, se llevó a cabo una agenda en la Región de Ñuble, donde cinco compradores internacionales del sector vitivinícola visitaron viñas entre los días 7 y 8 de junio.

El evento reunió a 131 empresas exportadoras nacionales, concretando 550 encuentros comerciales, con 29 importadores provenientes de mercados de Estados Unidos, Corea Del Sur, India, Colombia, Brasil, Perú, Países Bajos, Alemania, Polonia, Guatemala, Costa Rica con una proyección de negocios de US\$18 millones. Este evento no solo fue una plataforma de negocios, sino también una oportunidad para mostrar a Chile con sus diversas características geográficas, climáticas y humanas.

En el ámbito internacional, la industria alimentaria chilena se destacó por su capacidad de adaptarse continuamente a las exigencias de los consumidores globales. Este logro se evidenció a través de la innovación, tecnología, inversión en infraestructura y logística de exportación. En resumen, el Encuentro de Negocios Enexpro Alimentos 2023 fortaleció los lazos comerciales y la imagen de Chile como un referente en la exportación de alimentos.

**Enexpro Proveedores Mineros:** Es la séptima versión de Enexpro Soluciones Mineras 2023, el encuentro exportador que organizó ProChile en colaboración con la Asociación de Empresas de Valparaíso, ASIVA, y que busca promover e impulsar la internacionalización de las empresas nacionales que proveen bienes y servicios a la minería. Este evento se realizó entre el 29 y 30 de agosto en Viña del Mar, Valparaíso, Chile.

El resumen de las dos jornadas de Enexpro y en las que se llevaron a cabo las ruedas de negocios organizadas para los presentes, contabilizó más de 500 reuniones las que proyectan negocios por US\$ 112.6 millones en un plazo de doce meses. Las cifras se obtienen a partir de la información entregada por los mismos importadores al final de cada reunión.

El evento contempló la presencia de 24 compradores internacionales, provenientes de Perú, México, Brasil, Ecuador, Bolivia, Panamá, Guatemala, entre otros, los que sostuvieron encuentros y reuniones comerciales con más de 180 empresas de todo el país; en esta versión de Enexpro Soluciones para la Minería y que por primera vez se realizó en la Región de Valparaíso.

**e-Enexpro Productos del Mar 2023:** La cuarta versión del encuentro virtual de exportadores de Productos del Mar se llevó a cabo a través de dos sesiones de rueda de negocios virtuales, la primera, desde el 13 al 16 de noviembre con foco en América del Norte, Central y del Sur; la segunda, desde el 20 al 23 de noviembre con foco en Asia, Europa, África y Oceanía. Ambas semanas de ruedas de negocios tuvieron como resultado la realización de 453 reuniones, donde se encontraron 105 importadores de 31 mercados a nivel mundial con 64 empresas exportadoras chilenas de 7 regiones del país. Se estima que los negocios proyectados durante la actividad ascienden a USD\$ 55 millones.

## **Ferias Internacionales**

Las Ferias Internacionales son un espacio para visibilizar la oferta exportable de productos y servicios chilenos, impulsando encuentros anuales entre empresas exportadoras y compradores internacionales, a través de la creación, diseño e implementación de stands desde los 9mt2 en adelante, que reúnen y representan a los sectores productivos a nivel nacional, esta herramienta internacional no solo es una plataforma de negocios consolidada, sino que también nos ayuda en el fortaleciendo la imagen de Chile en el exterior. En este contexto es que el año 2023 surge el esfuerzo por crear un nuevo diseño de pabellones para nuestro país en los eventos internacionales de promoción; fruto también de una mirada colaborativa entre el sector público y privado, gremios y empresas chilenas usuarias de estos espacios.

Es la herramienta institucional transversal y categorizada dentro de las etapas de internacionalización como un servicio de prospección y diversificación de nuevos productos, servicios y mercados internacionales y, además, enfocadas en la mantención, instalación e inversión en mercados internacionales. Esta herramienta fue dirigida a empresas exportadoras y con potencial exportador.

Durante el año 2023, ProChile participó en 49 Ferias Internacionales presencialmente, en diferentes formatos y tamaños, incluyendo las ferias más importantes del mundo por su impacto global en el sector exportador, como lo son: ANUGA del sector agroalimentario, específicamente en frutos secos, deshidratados y agroindustria; PROWEIN y FRUITLOGISTICA, donde en un esfuerzo público/privado se participó en conjunto con Asociaciones Gremiales, Wines of Chile, MOVI A.G. y Frutas de Chile, en pabellones de 710mt2 y 297mt2 aprox.

Asimismo, hay que destacar la amplia presencia en Ferias Internacionales del sector de Industria creativa, con un circuito de 16 ferias que acogen los subsectores priorizados, tales como audiovisual, video juegos y editorial, en este último relevar el convenio de colaboración con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP) que nos permite como país participar de la ruta editorial de ferias a nivel global.

<i>Número de ferias</i>	49 Ferias Internacionales
<i>Empresas exportadoras participantes</i>	398 aprox.
<i>Negocios proyectados por los participantes en Ferias</i>	USD\$165.292.529.-
<i>Sectores participantes</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agro&amp;Alimentos</li> <li>Industria creativa</li> <li>Industrias 4.0 y Minería</li> <li>Servicios, Innovación y Turismo</li> <li>Sostenibilidad</li> </ul>

## Concursos

Los concursos durante el 2023 estuvieron dirigidos a toda empresa chilena, ya sea persona natural con iniciación de actividades o persona jurídica, que participa directamente en el desarrollo y comercialización de productos. Pone especial énfasis en pequeñas y medianas empresas exportadoras, que tengan capacidad de gestión y compromiso en el desafío de internacionalización relacionado con la diversificación de mercados, que incorporen la sostenibilidad en su gestión y cuenten con iniciativas escalables y con valor agregado en innovación en el modelo de su negocio o producto.

### Fondos Concursables Sectoriales:

Creados para apoyar la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2023, el resultado fue de acuerdo con el siguiente detalle:

<i>Sector</i>	<i>Gremios Beneficiados</i>	<i>Inversión Pública</i>
<i>Silvoagropecuario</i>	21	1.395.640.000
<i>Industria creativa</i>	7	102.250.000
<i>Servicios</i>	6	94.350.000
<i>Total</i>	34	1.592.240.000

### Fondos Concursables Empresariales:

Creados para apoyar estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización. Durante 2023, el resultado fue de acuerdo con el siguiente detalle:

<i>Sector</i>	<i>Empresas Beneficiadas</i>	<i>Inversión Pública</i>
<i>Silvoagropecuario</i>	70	651.048.850
<i>Industria creativa</i>	22	217.332.500
<i>Servicios</i>	24	189.425.900
<i>Total</i>	116	1.057.807.250

### **ProChile a Tu Medida**

ProChile A tu Medida es el programa de ProChile creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación, fundamentalmente, de las Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (PYMEX) en el mercado internacional.

Está diseñado para que las empresas puedan aumentar sus exportaciones, en volumen y en valor, para que en el mediano plazo puedan diversificar sus mercados de exportación.

Consta de un asesoramiento individualizado, donde se efectúa un diagnóstico a la empresa seleccionada y una metodología para cubrir las brechas detectadas y generar un Plan de Crecimiento Exportador, diseñado en conjunto con ProChile. El Programa consta de dos etapas;

Etapa 1: en una primera instancia (6 meses) se facilitará a las empresas horas de asesoramiento personalizado (mentorías) en materias relativas a la internacionalización, y en otros ámbitos más específicos, dirigidos a mejorar su competitividad internacional y desarrollar el Plan de Crecimiento Exportador. En esta etapa, se contemplan sesiones de directorio (público-privado) para revisar los avances de la empresa.

Etapa 2: luego, en una segunda etapa (12 a 24 meses), se ejecutarán las acciones de promoción contenidas en el Plan con un cofinanciamiento público asociado para ello y el apoyo de las más de 56 Oficinas Comerciales. Se espera que el diseño conjunto del Plan se traduzca en iniciativas exitosas y de impacto, además de propender a un uso eficiente de los recursos públicos.

Considerando que el programa permite ejecutar actividades en un periodo de hasta 24 meses, en 2023 contamos con 60 empresas ejecutando actividades cofinanciadas: 3 de la convocatoria Pymex (año 2020), 4 de la convocatoria de Empresas Lideradas por Mujeres (año 2020) y 53 de la última convocatoria.

En términos de resultados, en 2023 de los proyectos vigentes en dicho año tenemos el siguiente comportamiento exportador:

- Empresas Convocatorias Pymex y Mujer (2020) logran exportar US\$ 7.7 millones.
- Empresas Convocatoria 2022, exportan US\$ 109.7 millones.

## **Marcas Sectoriales**

Marcas Sectoriales es la herramienta de ProChile que busca apoyar el posicionamiento de los sectores productivos exportadores chilenos en los mercados internacionales, entregando asesoría especializada y cofinanciamiento público a proyectos postulados por el sector privado para llevar a cabo el diseño y/o implementación de una marca que represente a su sector, a través de campañas de posicionamiento en uno o más mercados objetivo. Se trata de un trabajo de largo plazo, que contribuye a la construcción de la imagen de Chile en el exterior.

En 2023 se trabajó con 17 marcas activas (2 de Servicios, 5 de Industrias Creativas y 10 de Agroalimentos), en los que participan 9 gremios y 26 instituciones de educación superior.

Hay que destacar que el 2023 se recibieron 4 postulaciones de proyectos que fueron aprobados e iniciados durante este año: Cherries from Chile, Wines of Chile, Learn Chile y Chiledoc.

El 2023, se celebraron los 15 años Marcas sectoriales promoviendo bienes y servicios chilenos en el mundo, los resultados son auspiciosos y demuestran que tener una marca representativa, ayuda al aumento de las exportaciones y al posicionamiento del origen Chile. En 15 años se ha creado, en conjunto con el sector privado un total de 27 marcas, desarrollando 90 proyectos alrededor del mundo, con un valor total de 50 mil millones de pesos, siendo el aporte público de aproximadamente 52%.

## Imagen de Chile

N/A

El convenio 2023 consideró un plan de trabajo de continuidad que consta de 5 componentes que definen las líneas de trabajo a desarrollar por la Fundación Imagen de Chile:

- Componente 1: Acciones de Posicionamiento y resguardo de reputación de la Marca Chile
- Componente 2: Estrategia de Coordinación Público/ Privada
- Componente 3: Estrategia y Capital de Marca
- Componente 4: Estrategia Corporativa y Estudios
- Componente 5: Trabajo interno y gastos administrativos

Adicionalmente, ProChile busca apoyar y contribuir al posicionamiento de la imagen de Chile a nivel internacional. Para esto se ha desarrollado una serie de herramientas y programas para comunicar el relato y los atributos de Chile a distintos públicos objetivos. Por ejemplo, a través de la presencia en las 49 ferias internacionales en las que se participó en 2023 y el apoyo a las 17 marcas sectoriales activas con sus campañas de posicionamiento internacional.

## Campanñas Digitales

Las campañas digitales son una pieza fundamental en la estrategia de internacionalización y posicionamiento en el mercado global. Estas campañas tienen como objetivo principal destacar los productos y servicios que el país tiene para ofrecer, resaltando sus atributos y ventajas competitivas.

Este año las campañas digitales tuvieron como foco los mercados que ProChile consideró como relevante para el crecimiento económico y la diversificación de la oferta exportable del país, es por ello que fueron elaboradas campañas de marketing digital y posicionamiento comunicacional en Latinoamérica, Estados Unidos, India, México, China, Japón y Brasil, todas destinadas a impulsar el conocimiento de productos y servicios chilenos en esos mercados.

Con el objetivo de llegar tanto a contrapartes internacionales como también al público final, apuntamos a la creación de cuentas en redes sociales que potenciaran la campaña internacional “#UnboxingChile”, dando a conocer actividades de alto impacto como Encuentro de Negocios México, viaje a India, Encuentro de Negocios Latam (Panamá), y ChileWeek que se desarrolló en cuatro ciudades de China con actividades tanto presenciales como virtuales, alguna de ellas llegando a tener un alcance de 146,1 MM de personas a nivel mundial.

## **Unboxing**

Con la clara intención de diversificar las exportaciones de bienes y servicios en los mercados consolidados y emergentes, es que a lo largo de 2023 seguimos en la implementación de la campaña #UnboxingChile como una estrategia para fortalecer la presencia internacional de Chile. Nuestro principal desafío fue impulsar el crecimiento económico nacional, así como avanzar en la diversificación de nuestras exportaciones y mercados de destino. En el marco de esta campaña, se llevaron a cabo diversas actividades promocionales dirigidas a los siguientes mercados:

- México: En el Encuentro de Negocios México se realizaron actividades de promoción de diferentes sectores: alimentos, productos del mar y destilados.
- Japón: Se realizaron promociones en puntos de venta, enfocados en marketing offline.
- China: Uno de los focos de nuestra campaña de marketing offline y online fue en las principales plataformas digitales de China, durante ChileWeek, contemplando Cooking Show, influencers y transmisión de nuestra oferta exportable a través de live streaming en cada una de las oficinas.
- Taiwán: Campaña de marketing digital con el objetivo de posicionar a Chile y su oferta exportable de alimentos con la amplificación de líderes de opinión en redes sociales utilizadas en el mercado.
- India: Actividad de promoción de nueces con influencers y degustación de frutos secos enfocado en importadores locales, además de cooking show durante la visita del director general.

- Estados Unidos: Durante la celebración de los 200 años de relaciones diplomáticas se promocionaron los productos chilenos a través de la entrega de Unboxing Chile en las oficinas de Nueva York y Los Ángeles.
- Brasil: Actividad de promoción Encuentro Chile Brasil realizada para mercado foco, donde se realizaron muestras de la oferta exportable a través de catas y cooking show.
- Cuba: Se realizaron varias acciones de promoción con especialistas gastronómicos y aliados del canal HORECA para incentivar el consumo de productos chilenos. La actividad contempló concursos, envío de cajas con productos, además de dar a conocer con bartenders recetas en redes sociales.

## **eCommerce**

Las oportunidades que ofrece las ventas a través de canales digitales son cada vez mayores. Cada vez son más las empresas que se abren a esta opción, por sus múltiples beneficios, en especial para las pymes, permitiéndoles llegar a mercados y a clientes que de otra forma sería imposible llegar.

En este sentido ProChile, ofrece un apoyo integral a las empresas chilenas que buscan expandir sus horizontes en el ámbito internacional. Con un enfoque en la exportación segura y sostenible en el tiempo, el programa se fundamenta en la preparación exhaustiva de las empresas, proporcionando una variedad de recursos que van desde cursos especializados hasta sesiones de coaching y charlas informativas, abarcando las diversas dimensiones del eCommerce internacional.

Como parte del trabajo realizado en 2023, se llevó a cabo el evento ECommerce Exporta con el objetivo primordial de visibilizar el cambio de estrategia en el ámbito empresarial, facilitar el levantamiento de empresas interesadas en potenciar sus canales digitales y dar a conocer la parrilla de actividades para el año. Este evento se estableció como un espacio fundamental para la convergencia de profesionales y expertos del sector, quienes compartieron experiencias, conocimientos y tendencias actuales en el comercio electrónico a nivel internacional. La realización de este evento responde a la creciente importancia que el eCommerce ha adquirido en el panorama empresarial global, reconociendo su capacidad para impulsar la expansión y competitividad de las empresas en el mercado digital. La actividad contó con la presencia de cerca de 100 empresas participantes y un peak de 175 personas conectadas a través de streaming. Adicionalmente, se realizaron 3 webinars, enfocados en la exportación eCommerce, la importancia de la experiencia del consumidor y cómo optimizar las campañas de marketing digital con más de 200 participantes.

También se realizó el curso de eCommerce Internacional con el objetivo de promover las exportaciones en eCommerce y capacitar a las empresas interesadas, a través de 10 sesiones virtuales junto a expertos del

ecosistema que abordaron tendencias, aspectos técnicos y estratégicos necesarios para exportar a través de canales digitales. Esta actividad contó con la participación de 76 empresas, con un 89% de Mipymes, quienes describieron el curso como una muy buena experiencia, útil, estructurado y coherente.

Siguiendo la línea de preparación, se realizaron 2 coaching, para empresas de Innovación Alimentaria con foco en Estados Unidos y empresas del sector editorial con foco en Argentina. Ambas actividades fueron realizadas de forma virtual junto a un asesor experto quien guio el trabajo de las empresas, los ajustes y consideraciones que deben tener en cuenta para expandirse a través de este canal.

Por otro lado, para posicionar la oferta y desarrollar mercados internacionales, se generaron iniciativas y programas específicos que brindan un acompañamiento personalizado y promociones de marketing, como lo es el caso del “Programa eCommerce Crossborder a Estados Unidos para moda, diseño y artesanías” donde 15 empresas fueron asesoradas y acompañadas en la definición de sus estrategias de marketing para ingresar en distintos marketplaces como Ebay, Amazon, Faire, entre otros, bajo la modalidad Crossborder al mercado de Estados Unidos. De manera similar, se realizaron 2 actividades con foco en el mercado chino, “Promoción de alimentos en Tmall” y “Posicionamiento de viñas lideradas por mujeres” para el marketplace JD.com, y por último el “Pabellón eCommerce de Chile en India” con la creación de un pabellón nacional en el marketplace Big Basket - la empresa más relevante de eCommerce para alimentos en India - donde se lanzó una campaña de promoción de fruta fresca y deshidratada.

Para el 2023 se trabajó con 207 empresas usuarias de ProChile, de las cuales 49 son exportadoras, lideran empresas de los sectores de agroalimentos con un 38%, seguido de Industrias Creativas con un 25% y en cuanto al tamaño con un 53% fueron empresas de tamaño grande y 37% Pyme.

Finalmente, existe un interés constante en establecer alianzas estratégicas con entidades reconocidas dentro del ecosistema empresarial con el fin de fomentar oportunidades comerciales a nivel internacional. Esta búsqueda activa de colaboraciones se fundamenta en el reconocimiento de que el trabajo conjunto con otras instituciones y organizaciones puede potenciar el acceso a nuevos mercados, ampliar la red de contactos y fortalecer la presencia global de las empresas involucradas; aprovechando sinergias, compartiendo recursos y conocimientos especializados, así como desarrollando proyectos conjuntos que impulsen el crecimiento y la expansión internacional de las compañías participantes. Este enfoque colaborativo refleja el compromiso continuo por buscar oportunidades de crecimiento y desarrollo en el ámbito internacional, promoviendo una cultura de asociación que fomente el comercio digital y el progreso empresarial.

ProChile ha asumido el compromiso de brindar orientación, formación y apoyo integral a las empresas chilenas a lo largo de su proceso de internacionalización en los principales canales digitales. El objetivo es claro:

consolidar la presencia de las empresas chilenas a nivel mundial, aportando al logro sostenible de su éxito en el entorno competitivo del eCommerce internacional.

## Certificación de Origen

El certificado de origen acredita el cumplimiento de los regímenes de origen establecidos en los tratados comerciales, a fin de que los importadores de productos de origen chileno puedan acceder a preferencias arancelarias en destino, otorgándole competitividad a la oferta exportable nacional.

Asimismo, ProChile en su calidad de autoridad gubernamental competente, certifica y verifica el origen en el marco de los siguientes convenios: Tratado de Libre Comercio entre Chile y China, Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, Acuerdo de Asociación con el Reino Unido y el Tratado con los países del EFTA (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein).

En el caso que los tratados permitan delegar la tarea de certificar origen, ProChile, mediante licitación pública, encomienda el servicio de comprobar el origen y emitir certificados, manteniendo revisión y supervisión constante del servicio entregado. En este contexto, se han suscrito contratos con la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), para productos chilenos exportables del sector industrial y; con la Unidad Central de Certificación de Origen S.A. (UCCO), para productos chilenos exportables del sector agrícola y pesquero.

La emisión de certificados de origen en nuestras oficinas a lo largo del país, para los mercados de China, UE, EFTA y Reino Unido, alcanzó en 2023, 92.605 certificados de origen, para un total de 1.514 empresas.

Años	2019	2020	2021	2022	2023
N° Certificados de Origen Emitidos	119.574	112.783	104.059		1.998 92.605
N° Empresas con certificación ProChile	1.730	1.649	1.583	1.494	1.514

La constante búsqueda de acciones que permitan facilitar y simplificar el proceso de exportación, utilizando mecanismos que han permitido al exportador, a través de la autorización de ProChile para obtener la calidad de Exportador Autorizado y así eximirse de la obligación de tramitar un certificado EUR1 ante los organismos competentes, permitiendo acreditar el origen de la mercancía a través de la Declaración en Factura, lo que permite ahorro de recursos y optimización de tiempo que permitirá acceder a preferencia arancelaria en destino mediante la autogestión. En el año 2023, se integraron 29 empresas como Exportador Autorizado, alcanzando un total de más de 145 beneficiadas a la fecha.

Por otra parte, la certificación de origen se sumó a la transformación digital, modernizando el proceso de emisión y envío de los certificados de origen, con nuestros socios comerciales.

En particular, durante el año 2023, se implementaron sistemas de certificación de origen mediante Código QR, habilitando completamente este mecanismo a partir del 1 de marzo del año 2023 con China y habilitando completamente con Japón a partir del 17 de noviembre de 2023. Asimismo, durante dicho año, se avanzaron los trabajos para habilitar el Código QR con Vietnam, país para el cual se espera, durante el año 2024, realizar el período de marcha blanca y habilitar completamente este mecanismo. Esta modificación representa un beneficio directo para los exportadores, que ven reducidos los tiempos de emisión y envío de los certificados de origen, hasta los correspondientes mercados de destino.

Adicionalmente, durante noviembre, ProChile participó como patrocinador en la Tercera Conferencia Anual de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), realizada en la ciudad de Santiago y en la que se reunieron cerca de 500 expertos de 82 países, para dialogar acerca del futuro de las Reglas de Origen. En esta oportunidad, ProChile participó activamente con una ponencia técnica y difundió la tarea de certificación de origen que la institución realiza en nuestro país, en conjunto con organismos asociados. Asimismo, se efectuó un intercambio de impresiones con funcionarios de aduanas del mundo, acerca de los desafíos actuales y futuros de este mecanismo, en beneficio de las exportaciones chilenas.

Por último, ProChile efectuó una Licitación Pública de la certificación de origen de los productos industriales, agrícolas y de la pesca, a los mercados de Mercosur, Alianza del Pacífico, Bolivia, Colombia, Cuba, Ecuador, India, Indonesia, Japón, Malasia, Perú, Tailandia, Turquía, Uruguay, Venezuela y Vietnam. Esta licitación permitió ordenar la certificación de origen para el total de los productos que requieren dicha validación, a los mercados mencionados. La licitación fue adjudicada a SOFOFA y UCCO, quienes actualmente realizan este proceso a través de certificación “on line”, permitiendo facilitar a los exportadores la emisión de los certificados de origen requeridos.

## **Convenios para el Desarrollo del Comercio**

En 2023 se trabajó en generar una red de contactos con facilitadores del comercio internacional en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, tanto públicos como privados, focalizando el trabajo en convenios de beneficio directo para las empresas usuarias de ProChile, con acceso por ventanilla. Las materias de estos convenios se concentraron en procesos logísticos, financieros, asesorías en gestión y capacitación.

Tanto en servicios logísticos como financieros y capacitaciones los beneficios se relacionan con descuentos para los usuarios de ProChile por sobre lo ofrecido en el mercado y de manera transversal en todas las materias de convenios existen beneficios relacionados a la atención especial y personalizada de dichos usuarios, por ejemplo, con ejecutivos de atención

exclusivos, aportando significativamente en una mejor experiencia de servicio para los usuarios de ProChile.

El número de convenios activos en el ejercicio 2023, fue de 28, principalmente en las áreas de servicios logísticos, servicios financieros y plataformas comerciales para e-commerce. Durante el período 2023 se beneficiaron a través de los convenios a 1.155 empresas (20% más que el ejercicio anterior) y se cursaron 20.570 activaciones.

El trabajo realizado en el ámbito de convenios consideró una revisión de los convenios firmados, priorizando aquellos de mayor impacto por número de usuarios, y aquellos que siendo específicos y pese a fechas de prescripción, se hace necesario mantener, por el apoyo a la gestión institucional a las empresas usuarias. Se consideró la difusión de cada convenio vía mailing, y actualización de publicación en la web institucional.

## **Inversión**

La red internacional de oficinas fuera del país juega un papel crucial en la atracción de inversiones al facilitar la conexión entre los potenciales inversionistas y las oportunidades de negocio en el país, por medio de diferentes acciones como:

- Para efectos de operativizar la Estrategia de Fomento y Promoción de la Inversión Extranjera InvestChile y ProChile, han suscrito convenios anuales de transferencia de recursos, que permiten la instalación, funcionamiento y operación de las agregadurías de inversión. Las agregadurías de inversión son un primer eslabón que contribuye a insertar a Chile en los ecosistemas locales de los mercados definidos a partir de la estrategia, identificando nuevas oportunidades de inversión, aumentando la cartera de proyectos y generando redes de contacto y alianzas de largo plazo para la atracción de inversión extranjera directa. El año 2023, se sumaron a las agregadurías de Tokio (Japón), Washington (Estados Unidos) y Berlín (Alemania), las agregadurías de París (Francia), Roma (Italia) y Ottawa (Canadá), cuya misión es la de contactar a los inversionistas priorizados en los mercados en que se desempeñen y generar visitas a Chile de parte de estos.
- Diseñamos un plan de trabajo colaborativo entre la Red Internacional de InvestChile y la Dirección Internacional de ProChile, que conllevó a un calendario de capacitaciones dictado por los ejecutivos sectoriales de InvestChile, a las oficinas comerciales de ProChile, en temáticas generales de inversión, y capacitaciones con foco en sectores priorizados según el Comité de Ministros para la Promoción y Fomento de la Inversión Extranjera Directa.
- Se trabajó en la prospección y posterior ejecución de actividades y eventos conjuntos, en donde confluyeron temáticas de promoción de exportaciones e inversiones, tales como la Gira Presidencial en

Europa, Gira Presidencial en China y ChileWeek, el Encuentro Empresarial Chile - Brasil, entre otros.

## 4. Desafíos para el período de Gobierno 2024

Este 2024 ProChile cumple 50 años y reforzaremos nuestro compromiso con el trabajo de impulsar productos y servicios chilenos en el extranjero diversificando bienes y servicios, así como los mercados y las empresas que llegan al mundo con su oferta exportable.

Para ello, ProChile ha definido 3 objetivos estratégicos y 3 lineamientos institucionales para su gestión:

### Objetivos Estratégicos

- 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 a la actividad exportadora.
- 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.
- 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.

### Lineamientos Institucionales:

- Pymes: Pondremos acento en trabajar con empresas de tamaño Pequeñas y Medianas, para que exporten mayor volumen, valor y para que aquellas que aún no exportan lo hagan. Adicionalmente, trabajaremos con aquellas empresas que exportan en forma intermitente o recién comienzan a exportar, para que puedan realizar sus envíos en forma continua. También trabajaremos con aquellas empresas que aún no han exportado, pero específicamente con aquellas que reúnen las condiciones para internacionalizar su oferta. Para ello segmentaremos a estas empresas y los servicios que les entregaremos, buscando dar respuesta a sus necesidades de acuerdo a lo que cada grupo requiera.
- Diversificación: En ProChile, estamos comprometidos con el crecimiento y la expansión de las exportaciones chilenas, buscando que las empresas exporten a mercados que aún no lo han hecho. Esto incluye mercados en Asia, América del Norte,

Europa y América Latina, aprovechando la amplia red de oficinas comerciales con que ProChile cuenta, y que han identificado potenciales compradores para que las empresas puedan llevar su oferta a más mercados.

- Proveedores: Alineados con la política de gobierno de expandir la base y la matriz exportadora del país, queremos conocer a los proveedores que han permitido consolidarse a sectores exportadores y ser líderes a nivel mundial. Se trata de empresas que, han contribuido a que grandes industrias exportadoras chilenas puedan ser líderes a nivel mundial con sus productos como salmón, fruta fresca y vinos, entre otras. De hecho, las grandes industrias exportadoras nacionales, están sostenidas sobre una red de empresas proveedoras locales de bienes y servicios, una red de actores claves en la competitividad de cada una de ellas, aportando con innovación en los diversos procesos productivos involucrados.

Desde luego en todo este trabajo también tendremos en cuenta los lineamientos transversales del Gobierno de Chile y que son fundamentales: la perspectiva de género, trabajo con pueblos originarios, la incorporación de la sostenibilidad e innovación de nuestra oferta exportable.

En materia de Género y Pueblos Originarios tenemos como objetivo generar un comercio internacional más inclusivo y uno de nuestros principales énfasis de trabajo es el empoderamiento económico femenino en el ámbito exportador. Nuestro trabajo está orientado para facilitar a las empresas lideradas por mujeres el acceso a información estratégica, apoyar sus procesos de internacionalización y contribuir activamente para aumentar su presencia y permanencia en los mercados internacionales.

Por otro lado, creemos firmemente en el poder transformador de la innovación para impulsar el crecimiento económico y la competitividad de Chile en los mercados globales. Nos comprometemos a fomentar un ecosistema empresarial innovador y dinámico, donde la creatividad y la tecnología se unen para abrir nuevas oportunidades y horizontes para nuestros exportadores.

Finalmente, impulsar una oferta exportable de triple impacto es una inversión a largo plazo, que otorga resiliencia frente a los cambios de la economía, el entorno internacional y que permite adaptarse o mitigar los retos derivados del cambio climático. En este sentido, en materia de sostenibilidad, estamos orientados a:

- Apoyar la construcción de una cultura de sostenibilidad, que potencie la imagen país y competitividad de los bienes y servicios exportables.
- Promover iniciativas y programas que fortalezcan la competitividad de la oferta exportable de triple impacto, y posicionen al país como un socio estratégico para un desarrollo sostenible.

Continuaremos trabajando en una estrategia de articulación y coordinación con los demás Servicios del Estado y sector privado. De forma de lograr sinergias virtuosas en torno al trabajo con las empresas nacionales. Pudiendo de esta forma potenciar nuestro trabajo con Servicios como el Ministerio de Agricultura, InvestChile, Corfo, Sernatur, Conadi, entre otros. A su vez, seguir trabajando con el Consejo de la Sociedad Civil (COSOC), instancia de participación ciudadana, el cual tiene como uno de sus objetivos fortalecer el vínculo entre la sociedad civil organizada y la administración pública en todas las etapas de la política pública.

Toda esta estrategia está sustentada en cerca de 400 actividades de promoción y gestión comercial en más de 40 mercados internacionales y en Chile. Entre las actividades más relevantes se encuentran la participación en 49 ferias internacionales; la Semana de la Industria; el XIV Encuentro Binacional Chile-Perú; la presidencia pro-tempore de la Alianza del Pacífico y cuatro encuentros exportadores (ENEXPRO): Agregados Comerciales a inicios de año; Soluciones Globales; Servicios y Productos del Mar. Además, se definieron cuatro actividades de alto impacto en mercados claves para seguir potenciando la exportación de productos y servicios chilenos: Brasil, ChileWeek China, Encuentro LATAM en México e India.

En la búsqueda constante de satisfacer las necesidades de nuestras empresas, es que para el año 2024, orientaremos nuestro trabajo hacia una carterización de usuarios, la cual apunta a brindar un trabajo más personalizado con los usuarios ProChile, de manera de poder comprender mejor sus necesidades, generar oportunidades de negocio y seguimiento a los resultados obtenidos.

También para mejorar la atención a los usuarios, este año se implementará el programa Exporta Más, que consiste en una serie de servicios de gestión directa y personalizada por parte de las oficinas regionales y comerciales de ProChile, enfocadas en el aumento de oportunidades comerciales en los mercados de destino. Este programa está dirigido a empresas exportadoras permanentes o intermitentes, así como empresas no exportadoras “con alto potencial”, que no requieren cofinanciamiento por parte de ProChile.

En el ámbito de atención de usuarios, dentro de los desafíos a desarrollar en 2024 se encuentran:

- Definir una Política de Calidad del Servicio de ProChile, en el marco de la Etapa 2 del PMG a cargo de este Subdepartamento.
- Diseñar un Plan anual de Mejoramiento de la Calidad de Servicio y Experiencia Usuaría, lo que implica:
  - Implementar un modelo de atención, con apoyo del protocolo de atención de usuarios y uso del sistema CRM 365.
  - Estandarizar procedimientos internos para atender y conocer la opinión de los usuarios:
    - Convocatorias (plazos);

- Reclamos (canal único);
  - Encuestas de satisfacción (indicadores estandarizados para medir y comparar herramientas y así obtener retroalimentación para mejorar servicios y canales de atención).
- Mejorar la interfaz de usuario en Centro de Ayuda.
  - Diseñar manual para atención de consultas e integración con el Departamento de Atención Ciudadana y Transparencia.
  - Sumar nuevos softwares que permitan implementar la omnicanalidad y convertir a la unidad en un área experta en comercio exterior.

# 5. Anexos

## Índice

---

.Anexo 1: Recursos Humanos	49
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	58
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	59
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023	60
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	63
.Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades	65

## Anexo 1: Recursos Humanos

---

### Dotación efectiva año 2023, por Tipo de Contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Contrata	196	95.61%	163	94.77%	359
Planta	9	4.39%	9	5.23%	18
Total	205	100.00%	172	100.00%	377

### Dotación efectiva año 2023, por Estamento (mujeres y hombres)

Estamentos	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Técnicos	1	0.49%	0	0%	1
Directivos	4	1.95%	5	2.91%	9
Profesionales	167	81.46%	148	86.05%	315
Administrativos	33	16.10%	19	11.05%	52
Total	205	100.00%	172	100.00%	377

## Dotación Efectiva año 2023 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

Grupo de edad	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
ENTRE 25 y 34 AÑOS	30	14.63%	31	18.02%	61
ENTRE 35 y 44 AÑOS	57	27.80%	48	27.91%	105
ENTRE 45 y 54 AÑOS	72	35.12%	43	25.00%	115
ENTRE 55 y 59 AÑOS	23	11.22%	24	13.95%	47
ENTRE 60 y 64 AÑOS	17	8.29%	19	11.05%	36
65 Y MÁS AÑOS	6	2.93%	7	4.07%	13
Total	205	100.00%	172	100.00%	377

## Personal fuera de dotación año 2023 , por tipo de contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Honorarios	24	70.59%	11	44.00%	35
Código del Trabajo	4	11.76%	7	28.00%	11
Contrata	3	8.82%	5	20.00%	8
Reemplazo	0	0%	1	4.00%	1
Suplente	3	8.82%	1	4.00%	4
Total	34	100.00%	25	100.00%	59

### Personal a honorarios año 2023 según función desempeñada (mujeres y hombres)

Función desempeñada	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Auxiliares	0	0%	1	4.00%	1
Profesionales	30	88.24%	24	96.00%	54
Administrativos	4	11.76%	0	0%	4
Total	34	100.00%	25	100.00%	59

### Personal a honorarios año 2023 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

Rango de Permanencia	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Más de 3 años	11	100.00%	6	100.00%	17
Total	11	100.00%	6	100.00%	17

## b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

### 1 Reclutamiento y Selección

#### 1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata cubiertos por procesos de reclutamiento y selección

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección.	4	16	19
(b) Total de ingresos a la contrata año t	48	25	51
Porcentaje ingresos a la contrata con proceso de reclutamiento y selección (a/b)	8,33%	64,00%	37,25%

#### 1.2 Efectividad de la selección

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección año t, con renovación de contrato para año t+1	4	14	17
(b) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección	4	16	19
Porcentaje de ingresos con proceso de reclutamiento y selección, con renovación (a/b)	100,00%	87,50%	89,47%

### 2 Rotación de Personal

#### 2.1 Porcentaje de egresos del Servicio respecto de la dotación efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	43	52	32
(b) Total dotación efectiva año t	370	350	377
Porcentaje de funcionarios que cesan o se retiran (a/b)	11,62%	14,86%	8,49%

## 2.2 Causales de cese o retiro

Causales	2021	2022	2023
Funcionarios jubilados año t	0	1	1
Funcionarios fallecidos año t	1	0	0
Retiros voluntarios con incentivo al retiro año t	3	3	7
Otros retiros voluntarios año t	27	35	18
Funcionarios retirados por otras causales año t	12	13	6
Total de ceses o retiros	43%	52%	32%

## 2.3 Porcentaje de recuperación de funcionarios

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios que ingresan a la dotación del Servicio año t	40	20	52
(b) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	43	52	32
Porcentaje de recuperación (a/b)	93,02%	38,46%	162,50%

## 3 Grado de Movilidad en el Servicio

### 3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos o promovidos, respecto de la Planta Efectiva de Personal

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios de Planta ascendidos o promovidos año t	0	0	0
(b) Total Planta efectiva año t	22	19	18
Porcentaje de funcionarios ascendidos o promovidos (a/b)	0,00%	0,00%	0,00%

### 3.2 Porcentaje de funcionarios recontratados en grado superior, respecto del total de funcionarios contratados

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios recontratados en grado superior año t	2	9	46
(b) Total Contratos efectivos año t	348	331	359
Porcentaje de recontratados en grado superior (a/b)	0,57%	2,72%	12,81%

## 4 Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

### 4.1 Porcentaje de funcionarios capacitados, respecto de la Dotación Efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios capacitados año t	329	337	335
(b) Total Dotación Efectiva año t	370	350	377
Porcentaje de funcionarios capacitados (a/b)	88,92%	96,29%	88,86%

### 4.2 Promedio anual de horas contratadas para Capacitación por funcionario

Variables	2021	2022	2023
(a) $\sum$ (N° horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes capacitados en act. de capacitación año t)	4076	543	4066
(b) Total de participantes capacitados año t	797	378	864
Promedio de horas de capacitación por funcionario (a/b)	5,11	1,44	4,71

### 4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t	1	1	1
(b) N° de actividades de capacitación año t	19	44	29
Porcentaje de actividades con evaluación de transferencia (a/b)	5,26%	2,27%	3,45%

### 4.4 Porcentaje de becas otorgadas respecto a la Dotación Efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de becas otorgadas año t	0	0	0
(b) Total Dotación Efectiva año t	370	350	377
Porcentaje de becados (a/b)	0,00%	0,00%	0,00%

## 5 Días no Trabajados

### 5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas Tipo 1

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de licencia médica Tipo 1, año t, / 12	5371	400	426
(b) Total Dotación Efectiva año t	370	350	377
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias médicas Tipo 1 (a/b)	14,52	1,14	1,13

### 5.2 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas otro tipo

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de licencia médica de otro tipo , año t, / 12	961	118	73
(b) Total Dotación Efectiva año t	370	350	377
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias de otro tipo (a/b)	2,60	0,34	0,19

### 5.3 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de permisos sin goce de remuneraciones, año t, / 12	585	56	40
(b) Total Dotación Efectiva año t	370	350	377
Promedio mensual días no trabajados por permisos sin goce de remuneraciones (a/b)	1,58	0,16	0,11

## 6 Grado de Extensión de la Jornada

### 6 Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionarios

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de horas extraordinarias año t, / 12	2054	370	604
(b) Total Dotación Efectiva año t	370	350	377
Promedio mensual horas extraordinarias por funcionario (a/b)	5,55	1,06	1,60

## 7 Evaluación del Desempeño

### 7.1 Distribución del Personal según los resultados de las Calificaciones

Listas	2021	2022	2023
Lista 1	306	310	311
Lista 2	20	15	14
Lista 3	0	0	0
Lista 4	0	0	0
(a) Total de funcionarios evaluados	326%	325%	325%
(b) Total Dotación Efectiva año t	370	350	377
Porcentaje de funcionarios evaluados (a/b)	88.11%	92.86%	86.21%

### 7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño implementado

Variables	2021	2022	2023
Tiene sistema de retroalimentación implementado (Sí / No)			SI

## 8 Política de Gestión de Personas

### 8 Política de Gestión de Personas formalizada

Variables	2021	2022	2023
Tiene Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución (Sí / No)			SI

## 9 Regularización de Honorarios

### 9.1 Representación en el ingreso a la Contrata

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	19	3	20
(b) Total de ingresos a la contrata año t	48	25	51
Porcentaje de honorarios traspasados a la contrata(a/b)	39,58%	12,00%	39,22%

## 9.2 Efectividad proceso regularización

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	19	3	20
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	31	16	15
Porcentaje de honorarios regularizados (a/b)	61,29%	18,75%	133,33%

## 9.3 Índice honorarios regularizables

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios regularizables año t	16	15	20
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	31	16	15
Porcentaje (a/b)	51,61%	93,75%	133,33%

## Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023

---

Iniciativa	Estado de Avance
Incentivar la realización de acuerdos estratégicos entre empresas de la región y los encadenamientos productivos.	En implementación

## **Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo**

---

**Cuadro 11**

Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
3	127	3.3	100%	M\$563.555

# Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023

## Medidas

Medidas	Resultados
<p>Política y/o procedimientos de gestión de personas con perspectiva de género.</p>	<p>2.1. Respecto a los compromisos asociados a la extensión de la certificación en la Norma NCh3262:2021 a la red de oficinas comerciales en el exterior (56 centros de trabajo), se indica el siguiente nivel de avance: a) Se efectúa diagnóstico acerca de distintos procesos de Gestión de Personas, incluyendo al personal de las Oficinas Comerciales, en el mes de abril de 2023. b) Se implementa el curso "ACTUALIZACIÓN Y AUDITORÍAS PARA LA NORMA NCh 3262:2021 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO Y CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL" entre los días 13 y 24 de marzo de 2023, de 16 horas de duración, en el que participaron 13 personas, de las cuales una (1) se desempeña en el Departamento Red Externa y tres (3) lo hacen en la Dirección Internacional. Las personas pertenecientes al departamento de Red Externa y Dirección internacional se individualizan a continuación: INGRID LOPEZ ROJAS - Departamento Red Externa CRISTIAN SÁNCHEZ SOLÍS - Dirección Internacional JUAN JOSÉ VIDAL WOOD - Dirección Internacional PATRICIO PARRAGUEZ BRAVO - Dirección Internacional c) Respecto a la realización de una auditoría externa que incluya a los centros de trabajo ubicados en el exterior, su ejecución se programa entre el 18 y el 28 de diciembre en el marco de la Segunda Auditoría de Mantención NCh 3262:2021 (8 días de auditoría, con un equipo de 5 profesionales). Es importante hacer presente que el alcance de la ampliación fue modificado a raíz de consideraciones técnicas asociadas a la capacidad de las empresas certificadoras de auditar y acreditar procesos en sedes extranjeras. Al respecto, en la actualidad, si una empresa certificadora (a requerimiento de la organización cliente), desea certificar una sede organizacional fuera del país, debe solicitar al Instituto Nacional de Normalización (INN) que valide sus competencias para certificar en dicho país. A partir de este análisis, INN autorizó a APPLUS (empresa certificadora) a realizar la auditoría en aquellos sitios donde hubiese personal contratado bajo legislación chilena (planta, contrata y código del trabajo). Dado lo anterior, ProChile debió ajustar el alcance a 27 oficinas comerciales, presentes en 21 países. d) El jueves 28 de diciembre de 2023, al cierre de la Segunda Auditoría de Mantención y Ampliación de la Norma NCh 3262:2021, se recibe por parte de la empresa certificadora APPLUS una Carta de Constancia que indica cumplimiento en un 100% de los requisitos, tanto normativos como particulares, para la Ampliación de la Certificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal bajo la Norma NCh 3262:2021 para 27 oficinas comerciales ubicadas en 21 países, por lo que ProChile actualmente se encuentra dentro del proceso formal de recibir los certificados que acreditan su cumplimiento de la Norma NCh 3262:2021, proceso que toma máximo 30 días corridos desde el último día del proceso de Ampliación de su Certificación. Cabe hacer presente que éste es un hecho inédito en la certificación nacional, ya que no existe otra experiencia previa de certificación de sitios en el exterior a esta escala, tanto en empresas privadas como en Instituciones Públicas. 2.2 Charlas de sensibilización: a) Se implementa la Charla ¿Por qué es importante potenciar el liderazgo femenino?, dictada por Loreto Schnake, de Comunidad Mujer, el día 8 de marzo de 2023, dirigida a la totalidad del personal. Participan 194 funcionarias y funcionarios. b) Se implementa la Charla Género y Diversidades Sexuales: Hacia la instauración de una cultura del reconocimiento y buen trato, dictada por María José Cumpido, de Fundación Iguales, el día 23 de junio de 2023, dirigida a la totalidad del personal. Participan 151 funcionarias y funcionarios.</p>
<p>Acciones de Comunicaciones y difusión interna y externa con perspectiva de género.</p>	<p>4.1 El plan de comunicaciones externas con perspectiva de género, incluyendo al menos una campaña comunicacional para el 8M y para dar visibilidad a las mujeres beneficiarias de ProChile, a través de la difusión del programa Mujer Exporta. TRABAJO PROGRAMA MUJER EXPORTA Hoy el programa Mujer Exporta contempla un conjunto de acciones diseñadas especialmente para impulsar, desarrollar y fortalecer el trabajo de empresas lideradas por mujeres tanto exportadoras como con potencialidad exportador de los más diversos sectores productivos. Dentro de los hitos del programa Mujer Exporta destaca nuestro foco en la sensibilización respecto a la Norma Chilena 3262, distinción organizacional enfocada en la promoción de la Igualdad de Género y Conciliación de la vida familiar, laboral y personal, y tiene como principal objetivo concientizar respecto a la importancia implementar un sistema de gestión que considere la conciliación como el eje fundacional en el quehacer empresarial. ACCIONES COMUNICACIONALES - Campaña 365 M (8M y todo el año): Envío de información a medios sobre campaña en marzo y publicaciones en redes sociales durante el año - Promover certificación NCH3262: Envío de información a medios y publicación en la página web sobre, además de publicación en RRSS - Distinción Mujer Exporta: Envío de información a medios, publicaciones en regiones con las empresarias premiadas y publicaciones en RRSS 4.2 Implementar para el año 2023, el plan de comunicaciones internas con perspectiva de género, incluyendo acciones para la erradicación de estereotipos y prejuicios y diseñar e implementar un Plan Comunicacional de prevención de violencia intrafamiliar. En el marco del cumplimiento de la medida 4 acciones de comunicaciones y difusión interna con perspectiva de género, ProChile compromete acciones tendientes a posicionar la perspectiva de género como un eje central de la gestión 2023, asociada a los compromisos adquiridos en el marco de la Norma NCH3262. PLAN DE COMUNICACIONES INTERNAS 2023: Objetivo: - Contribuir al logro de los objetivos institucionales 2023, posicionando el desarrollo sostenible, la perspectiva de género y el Clima laboral, como temáticas centrales de la gestión 2023. - Visibilizar el trabajo colaborativo de nuestros equipos como un sello que nos distingue y facilita el logro de los objetivos. Ejes de Trabajo: Este año trabajamos sobre la base de dos grandes temas. - Objetivos Estratégicos 2023: Transformación digital, Trabajo colaborativo y sostenibilidad. - Norma NCH3262: Perspectiva de género, Clima Laboral y Teletrabajo. Para materializar este trabajo se desarrolla un Plan de Comunicaciones Internas con perspectiva de género, incluyendo acciones para la erradicación de estereotipos y prejuicios, además del diseño e implementación de un Plan Comunicacional de prevención de la violencia intrafamiliar. Alcance: Todos los(as) funcionarios(as) de ProChile Canales de Comunicación: Correo electrónico, red social interna Yammer y protector de pantalla. Otras Acciones Plan de Comunicaciones Internas con Perspectiva de Género: - Proyecto Teletrabajo - Correos masivos invitando a los(as) funcionarios(as) a inscribirse - Teletrabajo para padres y madres durante vacaciones de invierno - Correo informativo invitando a los(as) funcionarios(as) a hacer uso de este beneficio - Beneficios Caja de Compensación - Correo informativo con opciones de descuento para las vacaciones de invierno - Permisos para asistir a actividades escolares de hijos(as) de funcionarios(as) - Correo informativo invitando a los(as) funcionarios(as) a hacer uso de este beneficio - Beneficio Jardín Infantil - Correo informando requisitos para optar a este beneficio - Building Happiness - Correos informativos acerca de la aplicación de la encuesta - ProChile Awards 2023 - Correos informativos invitando a los(as) funcionarios(as) a participar en actividad - Care Assistance - Correos informativos y protector de pantalla informando a los(as) funcionarios(as) acerca de este beneficio - ProChile Kids - Correo con las imágenes y video de las actividades realizadas durante el día - Conmemoración Día de la Mujer - Correos informativos con invitaciones y videos de autoridades y personal de ProChile - Webinar ¿Por qué es importante potenciar el liderazgo femenino? - Invitación al webinar dirigida a todos(as) los(as) funcionarios(as) - Operativo de Salud - Correos y gráficas Semana de la seguridad y la salud, operativo cardiovascular, pausas saludables, masajes en silla ergonómica y convenio oncológico FALP - Plan Nacional de Formación de Género y diversidad - Correo informativo invitando a los(as) funcionarios(as) a participar en actividad PLAN COMUNICACIONAL DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR Objetivo: Sensibilizar a funcionarios y funcionarias sobre la violencia intrafamiliar, sus causas y consecuencias, y promover acciones para su prevención. Alcance: Todos los(as) funcionarios(as) de ProChile Canales de Comunicación: Correo electrónico y red social interna Yammer.</p>

Procesos de Provisión de bienes o servicios con perspectiva de género.

5.1. Análisis y sensibilización interna: a) Revisión de formularios internos para su reelaboración observando las exigencias de campos informacionales requeridos, para aplicar perspectiva de género y de derechos en el material interno. Se efectúa la revisión de formularios internos para su reelaboración observando las exigencias de campos informacionales requeridos, para aplicar perspectiva de género y de derechos en el material interno. Se reemplazan campos de apellido materno y paterno por primer y segundo apellido con el fin de considerar las diversas formas de composición familiar y la vigencia de la ley N° 21.334 sobre la determinación del orden de los apellidos. Los formularios considerados corresponden a aquellos vinculados a los procesos de gestión de personas, así como en los formularios de convocatorias de las actividades propias del Programa Mujer Exporta, con el fin de avanzar progresivamente a la incorporación de los enfoques de género y derechos en la documentación que genera ProChile. Los formularios ajustados corresponden a los siguientes documentos: - Formulario de convocatorias: Todas las actividades que realiza ProChile tienen asociadas un formulario de convocatoria. Dicho formulario incorporaba el masculino con valor genérico, por lo que se incorpora la utilización de lenguaje inclusivo y no sexista. Además, se reemplaza la exigencia de los campos de apellido paterno y materno por primer apellido y segundo apellido. - Formulario de pasajes: las actividades de promoción comercial internacional requieren la compra de pasajes. Para ello, se dispone el formulario de identificación de pasajeras/os. Se reemplaza la exigencia de los campos de apellido paterno y materno por primer apellido y segundo apellido. - Formularios de gestión de personas: Se reemplaza la exigencia de los campos de apellido paterno y materno por primer apellido y segundo apellido en la base de datos de personal contrata, planta y suplencia con la cual se gestionan los formularios de Permiso Administrativo, Feriado Legal, Descanso Complementario, trabajos extraordinarios y Reconocimiento de Licencias Médicas. b) Capacitación para el uso de lenguaje neutro. Se implementa Taller de Lenguaje Inclusivo o No Binario, de 3 horas de duración, los días 24 y 31 de marzo de 2023, dirigido a 25 funcionarios(as) - que fueron separados en dos imparticiones-, involucrados(as) en las comunicaciones internas y externas de la Institución. c) En base a diagnóstico 2022 de la aplicación de la perspectiva de género en las herramientas de ProChile, incorporar las recomendaciones en al menos un programa, concurso u herramienta, identificado en el estudio. Una de las recomendaciones del estudio realizado corresponde a la utilización de lenguaje inclusivo en las bases de convocatorias de ProChile, razón por la cual se uniformó el lenguaje de estas considerando la inclusión de género. Se considera un avance en la transversalización de género a nivel institucional, porque la mayoría de las actividades de ProChile tales como postulaciones a ferias, misiones comerciales, coaching, programas de softlanding, entre otras, utilizan bases de convocatorias. 5.2. Formación a mujeres empresarias: a) Realización talleres de capacitación en temáticas de Comercio Inclusivo, Propiedad Intelectual, Marca Chile, Sostenibilidad y Comercio Justo. Se realizan talleres de capacitación en temáticas de Comercio Inclusivo, Propiedad Intelectual, Marca Chile, Sostenibilidad y Comercio Justo. Se desarrollaron todas las acciones comprometidas en el ciclo de talleres Mujer Exporta. La calendarización de dichas instancias se extendió de agosto a noviembre. Dirigidos tanto a empresas beneficiarias de ProChile como a funcionarias y funcionarios. Los talleres tuvieron por finalidad sensibilizar sobre diversas temáticas y su incidencia en una mayor participación de mujeres en el comercio internacional. El programa de la acción fue el siguiente: - webinar de Comercio Justo dictado por Marco Coscione, Consultor en sostenibilidad y experto en Comercio Justo Consultora gestión social S.A. realizado el 23 agosto a las 12 pm. - webinar de Marca Chile dictado por Víctor Palma Palomera, Jefe Programa Uso Marca Chile, realizado el 6 septiembre a las 10 pm. - webinar de Sostenibilidad dictado por Pilar Jiménez Álvarez, Jefa Subdepto. Desarrollo Exportador Inclusivo ProChile, realizado el 28 septiembre a las 10 am. - webinar de Propiedad Intelectual dictado por Sebastián Molina Necul, Jefe de la División de Propiedad Intelectual Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, realizado el 18 octubre a las 10 am, dado que la sesión programada para el 11 de octubre se reagendó por un inconveniente de agenda del expositor. - webinar de Aprovechamiento Inclusivo dictado por Paz García Fernández, Consultora Igualdad de Género ONU Mujeres, , realizado el 8 noviembre a las 10 am. 127 empresas y 10 funcionarias de ProChile participaron del ciclo de charlas Mujer Exporta. b) Organización de mentorías a empresas lideradas por mujeres enfocadas a potenciar y/o acelerar su incorporación en mercados internacionales mediante asesorías. Se realizaron mentorías para 10 empresas de servicios lideradas por mujeres enfocadas en potenciar y/o acelerar su incorporación en mercados internacionales mediante asesorías. La ejecución de la actividad se realizó entre el 19 de octubre y el 21 de noviembre del 2023. Los objetivos de la mentoría fueron los siguientes: 1.- Identificar problemáticas y brechas de competitividad y capacidad exportadora que impiden el crecimiento y dificultan que las empresas logren desarrollar su potencial exportador. 2.- Capacitar a través de soporte académico a las empresarias en temáticas clave de gestión y exportación. 3.- Instalar capacidades de gestión y buenas prácticas de exportación para aumentar la eficiencia a través del acompañamiento de una persona guía. 4.- Trabajar brechas de gestión específicas dependiendo de las necesidades de cada empresa, en relación a un mercado o a un eslabón del proceso exportador o de internacionalización, para avanzar en acciones de promoción comercial internacional. La consultora que realizó la asesoría fue la empresa estadounidense ExecBloom. c) Programa de formación para empresas del sector audiovisual lideradas por mujeres. Se realiza conversatorio virtual vía Zoom el miércoles 15 de noviembre de 2023 a las 15:00 hrs. Alcance: Esta actividad fue dirigida a agentes culturales del sector audiovisual identificadas/os como diversidad, disidencias sexo genéricas y mujeres, por tanto, abarca a empresas beneficiarias y potenciales beneficiarias de ProChile y a funcionarias y funcionarios interesadas/os. Temáticas abordadas en el conversatorio: Oportunidades para empresas chilenas del mundo audiovisual, en el contexto de esta nueva tendencia que se da en la industria fílmica de los Estados Unidos, donde las grandes empresas norteamericanas han desarrollado departamentos de diversidad, equidad e inclusión. Lo que viene a hacerse cargo de los grupos históricamente subrepresentados como: mujeres y la comunidad LGBTIQ+. En base a lo anterior, las panelistas abordaron, desde sus respectivas experiencias, cómo y cuánto se ha avanzado en estas temáticas en el mercado norteamericano. Cómo las empresas chilenas pueden abordar las oportunidades en el mercado. d) Taller de sensibilización dirigido a todas las empresas beneficiarias de ProChile. Se realiza taller de sensibilización el día 4 de octubre en formato webinar acerca de Salud mental y trabajo: una perspectiva de género. La presentación estuvo a cargo de Elisa Ansoleaga, Académica y Directora de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Diego Portales. Este taller se enmarca en los webinars de sensibilización que lleva a cabo la institución, de cara a continuar promoviendo una cultura organizacional en torno a la política de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal. Donde, además, se busca permear en el sector privado. La actividad estuvo dirigida a empresas beneficiarias de ProChile y a funcionarias/os. Las temáticas abordadas correspondieron a: - Relaciones entre salud y trabajo - Salud mental, violencia y riesgo psicosocial en el trabajo. - Psicología del trabajo y de las organizaciones: calidad de vida laboral. 5.3. Internacionalización, realizar al menos 3 acciones presenciales, virtuales y/o híbridas en mercados internacionales para empresarias, para potenciar oportunidades comerciales y generar espacios de negocios. Se realizaron las 3 acciones presenciales en mercados internacionales para empresarias, para potenciar oportunidades comerciales y generar espacios de negocios. 1. Crossing the Equator – MasterClass Mujeres en el Vino: misión dirigida a 4 empresas. Una de las actividades ícono del sector vinos organizada por ProChile es el evento Crossing the Equator que organiza todos los años la revista especializada en vinos Perswijn, la que cuenta con distribución no solo en Países Bajos, sino también en los cercanos. Esta feria de vinos considera la participación de empresas provenientes de países productores de vino del hemisferio sur de América, África y Oceanía. Es en este contexto de la exhibición de vinos chilenos en Crossing the Equator que se hizo el llamado a postular a cuatro (4) viñas lideradas por mujeres con interés en ingresar o consolidar su presencia en el mercado neerlandés y/o cercanos. La invitación consideró exponer en la exhibición, así como convertirse en una de las 4 panelistas de la MasterClass Mujeres en el Vino Chileno. 2. Participación Feria Internacional del Libro, Buenos Aires: Posicionada como uno de los acontecimientos culturales más importantes de Latinoamérica, la FIL Buenos Aires es el principal encuentro del libro a nivel regional. Con más de 46 versiones, cuenta con una participación de casi 450 expositores, la presencia de 12.000 profesionales y un público de 1.200.000 personas. Para la versión 2023, la FIL Buenos Aires contará con la presencia de Santiago como Ciudad Invitada, destacando lo mejor de la producción editorial nacional, así como sus autores y todos los actores involucrados en el ecosistema del libro. En este escenario, ProChile invitó a empresas chilenas lideradas por mujeres y que cuenten con una oferta de productos y servicios editoriales exportables a participar de las Jornadas Profesionales de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, a realizarse entre el 25 y el 27 de abril de 2023. Cabe destacar que al menos 4 cupos serán de regiones distintas a la Metropolitana. Misión dirigida a 10 empresas lideradas por mujeres. 3. Misión Comercial Mujer Exporta a Pixelatl 2023: ProChile invitó a mujeres de productoras chilenas de animación que cuenten con oferta exportable, a participar de PIXELATL a realizarse entre el 5 y el 9 de septiembre de 2023 en la ciudad de Guadalajara, México. El Festival Pixelatl es una plataforma que favorece el intercambio de conocimientos, experiencias y negocios entre artistas y productores /as internacionales y locales, es un espacio que permite a productores/as interactuar con artistas e inversores internacionales. PIXELATL convoca durante cinco días a creadores/as, ejecutivos/as, y aficionados/as de todas las áreas del quehacer audiovisual, para fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias, promover los proyectos emergentes, construir una red de colaboración internacional, crear nuevos públicos y fomentar un espíritu de comunidad. Fecha de ejecución actividad: 5 al 9 de septiembre de 2022 Cupos: 4 cupos empresas lideradas por mujeres. 5.4. Vinculación, se realizará la segunda versión de la Distinción Mujer Exporta con el objetivo dar continuidad en el reconocimiento y visibilización del aporte de empresas lideradas por mujeres y pertenecientes a pueblos originarios de las distintas regiones de Chile en las exportaciones. Se realizó la segunda versión de la Distinción Mujer Exporta con el objetivo dar continuidad en el reconocimiento y visibilización del aporte de empresas lideradas por mujeres y pertenecientes a pueblos originarios de las distintas regiones de Chile en las exportaciones. La distinción Mujer Exporta se llevó a cabo el 20 de diciembre en la oficina de la ex salitrera de Humbestone, comuna de Pozo Almonte, Región de Tarapacá. La Distinción Mujer Exporta corresponde a un galardón anual que busca destacar el aporte de empresas lideradas por mujeres desde sus territorios. Para esto cada una de las 16 oficinas regionales de ProChile selecciona a una empresa en base a una o más de las categorías predefinidas, que son las siguientes: 1. Compromiso con la internacionalización 2. Aporte al empleo femenino 3. Relevancia en el territorio (trabajo con comunidades) 4. Compromiso con el triple impacto 5. Transformación digital y gestión del cambio 6. Ciencia, Tecnología e Innovación Son las 16 empresas regionales seleccionadas las que participaron presencialmente en el evento que se organiza en este contexto.

## Iniciativas

Iniciativa	Resultado
Pie de firmas inclusivos	Se incluyó en la firma tanto el pronombre que exprese su identidad de género (ella, él, elle, etc.), como la pertenencia a pueblos indígenas.

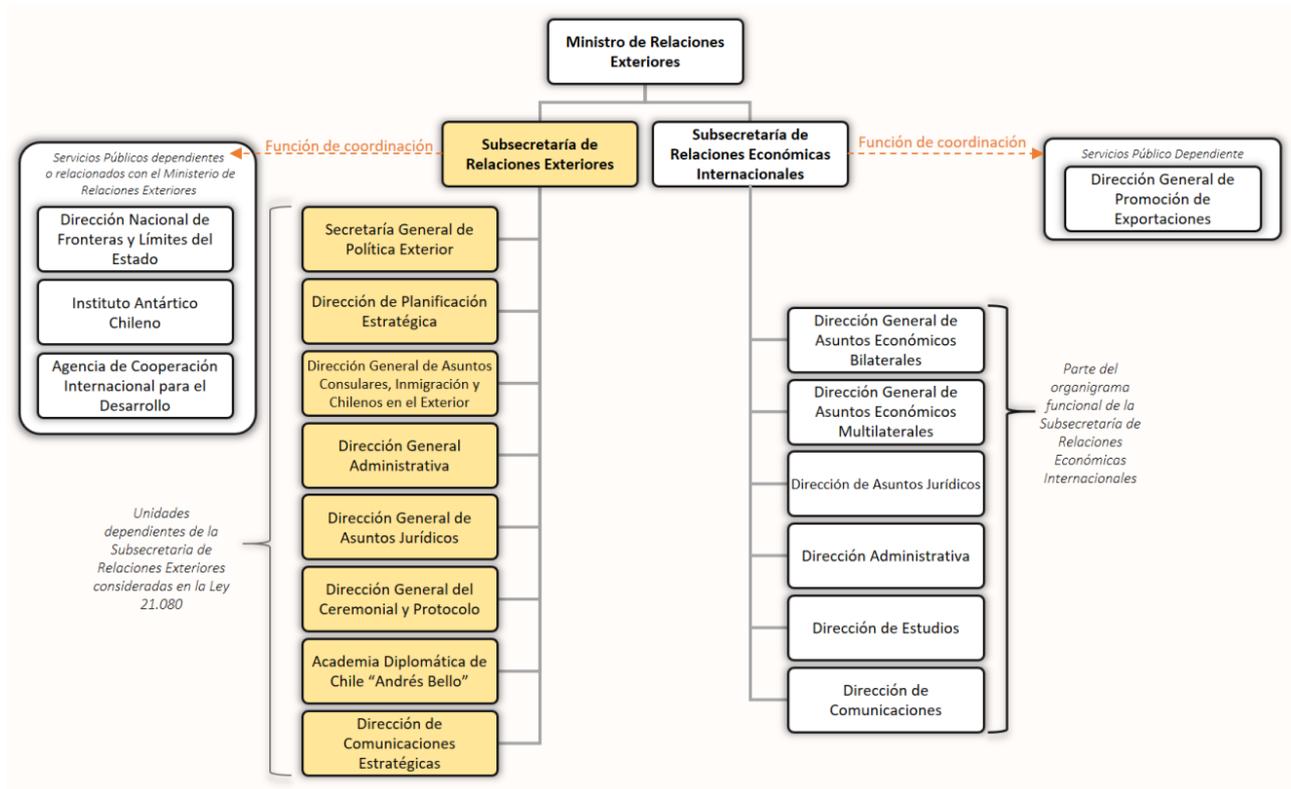
## Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución

Sección	Detalle	Enlace
Identificación de la Institución (Formulario A1)	Corresponde a la información estratégica del Servicio. Para acceder, dirigirse a <a href="http://www.dipres.cl">www.dipres.cl</a> , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Definiciones Estratégicas, instrumentos por año, 2023 y escoger el Ministerio y Servicio.	<a href="https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15400-35324.html">https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15400-35324.html</a>
Recursos Financieros	Corresponde a información presupuestaria del Servicio disponible en los informes de ejecución presupuestaria mensuales, a diciembre de cada año o trimestrales. Dipres presenta información a través de dos vías: i) Sitio web de Dipres, sección Presupuestos, año 2023, y escoger la partida presupuestaria requerida; y ii) Sitio web de Dipres, banner Datos Abiertos, donde se presentan archivos con información del Gobierno Central.	<a href="https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15149-35324.html">https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15149-35324.html</a>
		<a href="https://datos.gob.cl/organization/direccion_de_presupuestos">https://datos.gob.cl/organization/direccion_de_presupuestos</a>
Indicadores de Desempeño 2023	Para acceder, dirigirse a <a href="http://www.dipres.cl">www.dipres.cl</a> , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Indicadores de Desempeño, Fichas Anuales y 2023.	<a href="https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15157-35324.html">https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15157-35324.html</a>
Informe Programas / Instituciones Evaluadas	Se presenta el buscador de programas e instituciones evaluadas. Para acceder, dirigirse a <a href="http://www.dipres.cl">www.dipres.cl</a> , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Evaluación y Revisión del Gasto e Informes de Evaluaciones. Para acceder a los informes, se debe escoger el Ministerio, línea de evaluación y año de publicación de la evaluación buscada.	<a href="https://www.dipres.gob.cl/597/w3-propertyvalue-23076.html">https://www.dipres.gob.cl/597/w3-propertyvalue-23076.html</a>
Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas		

Sección	Detalle	Enlace
Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2023	Para acceder, dirigirse a <a href="http://www.dipres.cl">www.dipres.cl</a> , sección Mecanismos de Incentivo de Remuneraciones, y elegir entre los distintos mecanismos presentados, para luego seleccionar el instrumento para un determinado año (según corresponda) u otro tipo de documentación relacionada.	<a href="https://www.dipres.gob.cl/598/w3-propertyvalue-16140.html">https://www.dipres.gob.cl/598/w3-propertyvalue-16140.html</a>

## Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades

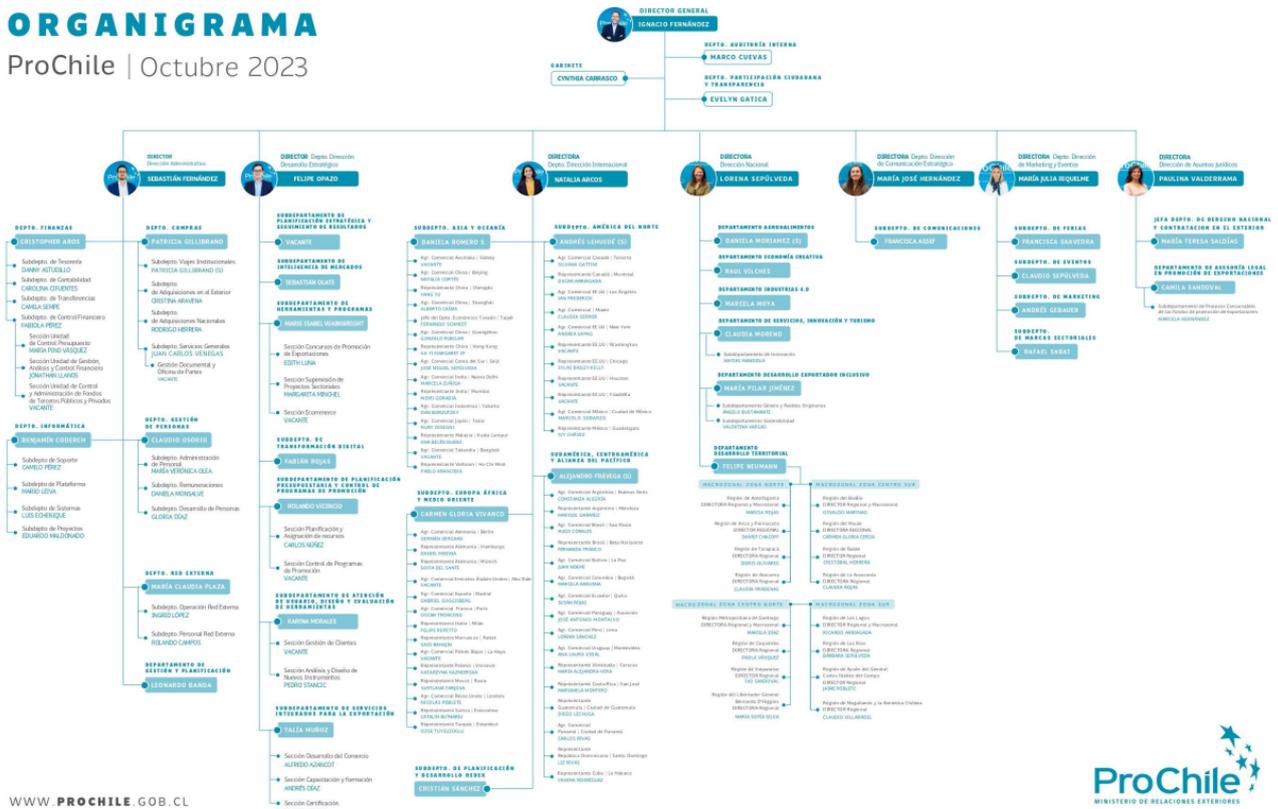
### Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



# Organigrama y ubicación en la Estructura del Servicio

## ORGANIGRAMA

ProChile | Octubre 2023



WWW.PROCHILE.GOB.CL



## Principales Autoridades

Cargo	Nombre
DIRECTOR GENERAL	IGNACIO FERNANDEZ RUIZ
DIRECTORA DIRECCION DE ASUNTOS JURIDICOS	PAULINA VALDERRAMA ARAVENA
DIRECTORA DIRECCION NACIONAL	LORENA SEPULVEDA VILLA
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	SEBASTIAN FERNANDEZ FRIEDLI
DIRECTOR DEPARTAMENTO DIRECCION DESARROLLO ESTRATEGICO	FELIPE OPAZO ARAYA
DIRECTORA DEPARTAMENTO DIRECCION INTERNACIONAL	NATALIA ARCOS PINO
DIRECTORA DEPARTAMENTO DIRECCION DE COMUNICACION ESTRATEGICA	MARIA JOSE HERNANDEZ ALCAINO
DIRECTORA DEPARTAMENTO DIRECCION DE MARKETING Y EVENTOS	MARIA JULIA RIQUELME