

CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA GESTIÓN 2019

DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES



ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

Mayo 2020

The background of the page is a complex, abstract network of interconnected nodes and lines, resembling a molecular structure or a data network. The nodes are small black dots, and the lines are thin, light gray. The overall effect is a dense, interconnected web of points and connections, creating a sense of depth and complexity. The text is positioned on the left side of the page, overlaid on this network.

**TABLA
DE CONTENIDOS**

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE	Pag. 05
I. INTRODUCCIÓN	Pag. 06
Contexto y cambios ejecutados en 2018 que dieron pie a la gestión 2019	
II. APOYO A EXPORTADORES - RESULTADOS 2019	Pag. 07
Por foco estratégico Nuevas herramientas	
III. ANTECEDENTES INSTITUCIONALES	Pag. 16
Creación de Servicio Rediseño Red Externa Información a la ciudadanía Estructura organizacional Dotación personal Recursos Presupuestarios	
IV. HITOS REGIONALES	Pag. 22
V. METAS Y DESAFÍOS 2020	Pag. 24



MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE

2019 fue un año desafiante: pusimos en marcha el nuevo diseño estratégico, implementamos nuevas herramientas y seguimos trabajando con la mirada puesta en el futuro de ProChile.

En julio del año pasado experimentamos el gran hito de transformarnos en un servicio público autónomo, la nueva Dirección General de Promoción de Exportaciones, perteneciente al Ministerio de Relaciones Exteriores.

El inicio de esta nueva etapa, tras 45 años de historia conmemorados en noviembre, fue la oportunidad para implementar importantes cambios internos, incluyendo el rediseño de la red externa; la reorganización de la Dirección Nacional, encargada de articular y apoyar la oferta, incorporando nuevas áreas de trabajo transversal, como innovación, sostenibilidad, comercio electrónico, mujeres y pueblos originarios; la digitalización de varios procesos, incluyendo postulaciones de clientes a herramientas, sistemas internos de relacionamiento con clientes, 19 trámites internos que nos incorporan a la iniciativa cero papel, y la implementación de plataformas tecnológicas de trabajo colaborativo y de comunicación interna.

Al mismo tiempo, enfrentamos desafiantes contingencias, la guerra comercial entre los dos principales socios comerciales de Chile, China y Estados Unidos, a nivel internacional; y el estallido social, a nivel nacional. Ambas contingencias afectaron el desempeño de nuestros envíos al exterior y golpearon fuertemente a nuestros

empresarios. Eso nos llevó a replanificar nuestras actividades y adaptarnos para apoyar de manera más eficiente a nuestros empresarios.

Durante 2019 pusimos foco de la gestión institucional en apoyar a aquellos empresarios exportadores que aportan al país en ingresos y empleo. Terminamos 2019 con resultados que confirman que vamos en la dirección correcta y podemos seguir aportando al país a través del apoyo a los exportadores. En 2019, trabajamos con un 7% más de exportadores que en 2018, y con un 24% más de empresas exportadoras pequeñas y medianas, lo que se traduce en mayor volumen de exportaciones y generación de empleos.

Ninguno de estos avances y positivos resultados habría sido posible sin el aporte y compromiso de cada uno de los 578 funcionarios que componen nuestra institución, a nivel nacional e internacional, quienes no han dejado de darle una mano a los pequeños y medianos exportadores del país, así como a las asociaciones gremiales.

Gracias a todos por 2019 y su flexibilidad para adaptarnos a este 2020, que no será fácil para nuestro país y el mundo, para seguir trabajando con convicción y entusiasmo. ProChile estará acompañándolos para salir unidos adelante.

JORGE O'RYAN SCHÜTZ

I.

INTRODUCCIÓN

En 2019 ProChile cumplió 45 años de historia al servicio de los exportadores chilenos de bienes y servicios. Teniendo en cuenta los profundos cambios que ha experimentado la oferta exportadora nacional y el comercio mundial, además de los compromisos contenidos en el programa de Gobierno del presidente Sebastián Piñera, en 2018 ProChile inició un proceso de rediseño, para renovarse de forma estratégica, y transformarse en un "ProChile 3.0", con foco en una gestión eficiente al servicio de los clientes.

Con este objetivo, durante ese año se realizó un proceso interno abierto a la participación de directivos, jefaturas y funcionarios del nivel central, de regiones y de la red externa, así como también la visión de los clientes de ProChile: asociaciones gremiales y empresarios exportadores y con potencial exportador. Sobre esta base se definieron la misión, visión y focos estratégicos del Servicio para los próximos años, con los cuales se definió la estrategia ProChile 3.0, la que se implementó en 2019.

Esta estrategia puso el foco en las pequeñas y medianas empresas exportadoras; en la internacionalización de la oferta innovadora y con

valor agregado con miras a seguir diversificando la oferta chilena; también en la búsqueda de nuevos canales de comercialización y el incentivo al eCommerce transfronterizo; refuerza la gestión de las Oficinas Regionales y potencia su rol articulador local en la detección de la oferta exportable y la gestión de recursos regionales; resalta el trabajo de las Oficinas Comerciales en el mundo para conectar de forma permanente la oferta exportable con el mundo, y agrega la internacionalización del emprendimiento y la innovación chilena, con miras a posicionar a Chile en el ecosistema internacional.

Con los elementos señalados se reorganizó internamente el Servicio para apoyar a los exportadores con posibilidades de llegar y mantenerse en los mercados externos, focalizando el trabajo y evaluando cada paso en base a los resultados. Se crearon nuevos instrumentos y herramientas para cumplir con los objetivos estratégicos, se implementaron nuevos canales de comercialización internacional y se implementó el rediseño de la red externa de ProChile, buscando ser más eficiente en el uso de los recursos y en la entrega de servicios a los exportadores.

II.

RESULTADOS AÑO 2019 POR FOCO ESTRATÉGICO

1. GESTIÓN

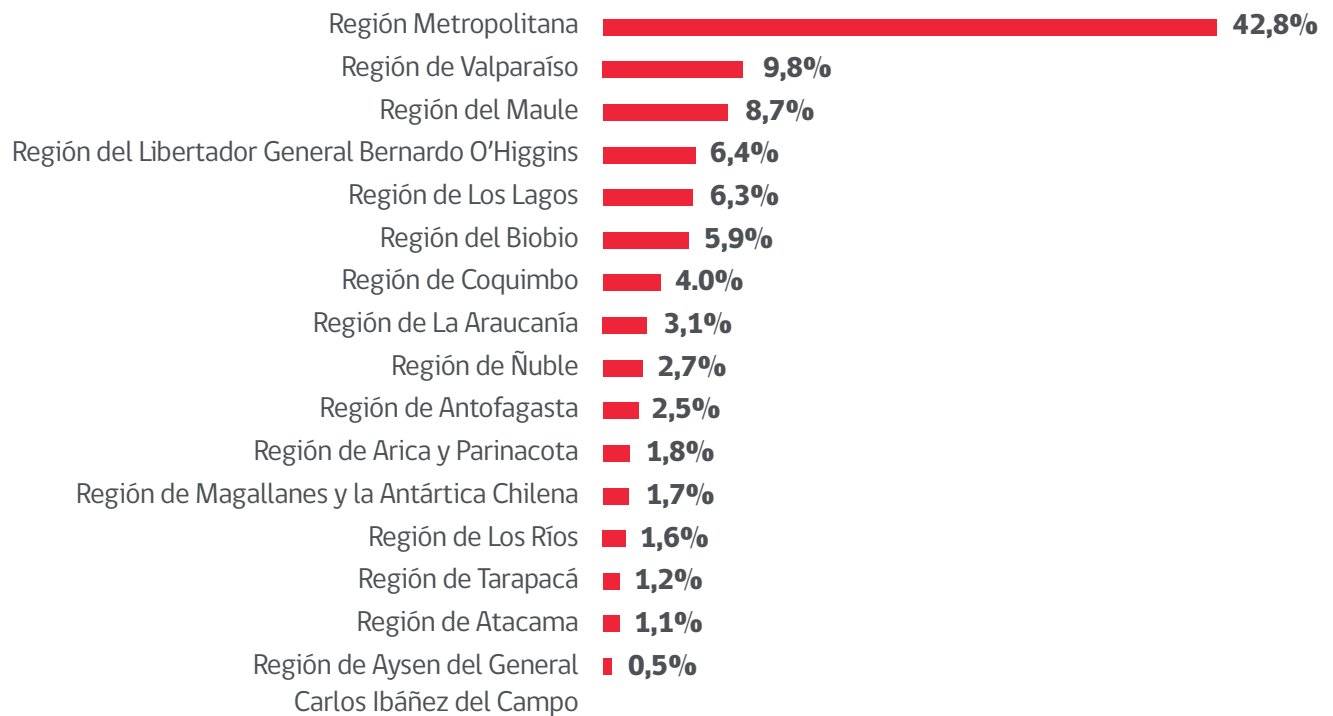
En 2019 ProChile trabajó con un 7% más de exportadores que en 2018, alcanzando 1.977 empresas exportadoras clientes, resultado del trabajo focalizado de acuerdo con los lineamientos estratégicos definidos por la Institución. Siguiendo la misma línea de trabajo, se evidencia un incremento de un 24% en el apoyo a las pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymex) atendidas respecto al 2018, representado el 51% (1.002) del total de los clientes exportadores 2019. En total, la institución apoyó a un total de 5.430 clientes.

En cuanto a la cobertura de trabajo, ProChile alcanzó un 30% (1.977) de las empresas exportadoras nacionales, a diferencia del 2018, en donde se logró un 28% (1.853) de participación. A nivel de monto FOB exportado, los clientes exportadores del 2019 lograron representar un 57% (US\$ 19.632 MM) de las exportaciones a nivel nacional (US\$ 34.168 MM), a diferencia del 2018, en donde representaron un 55%. Por su parte, la distribución sectorial de los clientes exportadores 2019 se observa de la siguiente manera: Agropecuario (47,5%), Manufacturas (28,9%), Vinos (15,8%), Pesca y Acuicultura (12,7%), Forestal (8,9%), Servicios (4,7%), Minerales no cobre (1,5%).

2. PYMES Y REGIONES

En cuanto a los clientes exportadores (1.977), las regiones que tienen las más altas contribuciones al total institucional corresponden a: Metropolitana (42,8%); Valparaíso (9,8%); Maule (8,7%); O´Higgins (6,37%).

Distribución Regional de los Clientes Exportadores de ProChile 2019

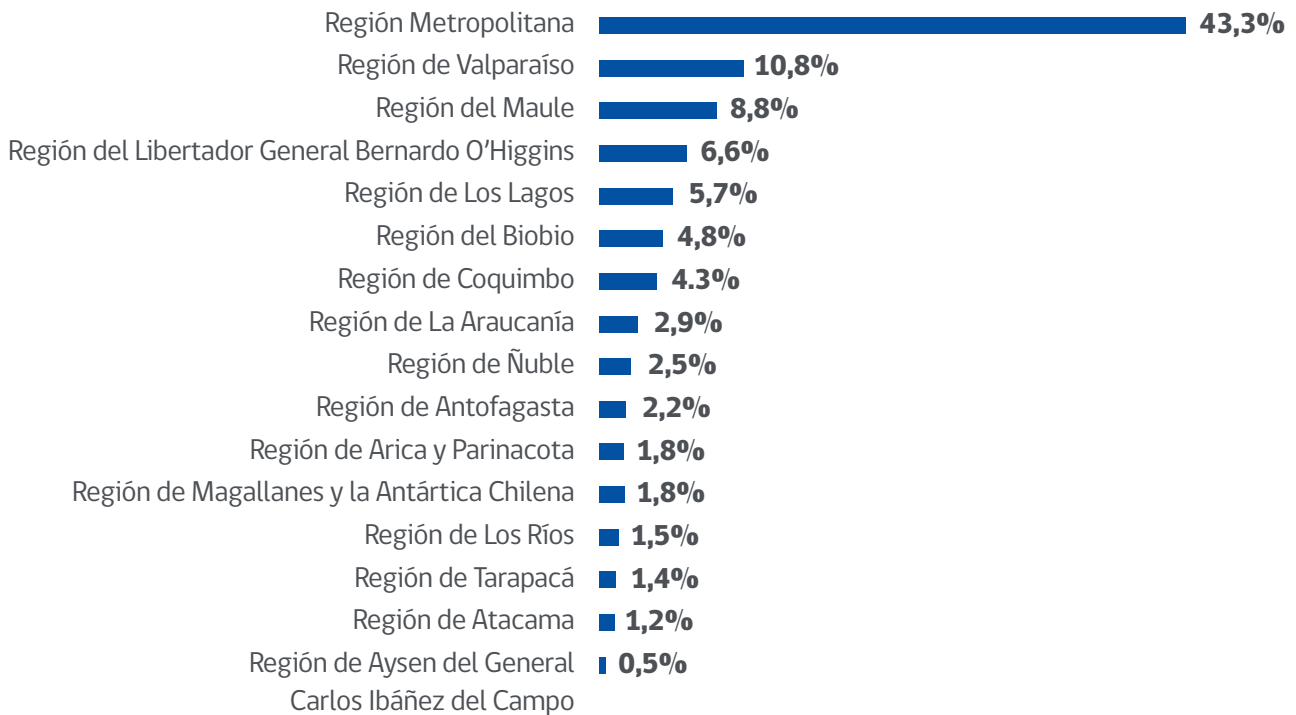


A nivel de tamaño de empresas, los clientes Pymex representan el 34% de las empresas pequeñas y medianas empresas exportadoras a nivel nacional, a diferencia del año anterior, en donde solo se alcanzó una cobertura del 26%. A nivel de monto FOB exportado también se generó un incremento importante, en donde los clientes Pymex 2019 alcanzaron una participación del monto FOB exportado del 55%, versus el 45% del 2018, evidenciándose un incremento del 10% de participación respecto al año anterior, como resultado del trabajo focalizado adoptado el 2019.

La distribución sectorial de las empresas Pymex apoyadas por ProChile se compone de la siguiente manera: Agropecuario (48%), Manufactura (20%), Vinos (17%), Pesca y Acuicultura (12%), Forestales (5%), Servicios (5%), Minerales no cobre (1%).

Las regiones que tienen las más altas contribuciones al total institucional corresponden a: Metropolitana (43,3%); Valparaíso (10,8%); Maule (8,8%); O´Higgins (6,6%).

Distribución Regional de los Clientes Pymex de ProChile 2019



3. AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES

La diversificación de mercados y productos es clave para el crecimiento de nuestros clientes, los que registran mejores resultados que los no clientes.

	CLIENTES PROCHILE	NO CLIENTES PROCHILE
Nº de mercados promedio	7,2	2,5
Cantidad de productos promedio exportados	5,7	3,7
Generación de Empleo	409.997	593.973
Nº de mercados promedio Pymex	3,4	1,9
Cantidad de productos promedio exportados por Pymex	3,8	2,6
Generación de Empleo por Pymex	28.166	35.850
Cantidad de productos promedio exportados por Pymex	3,8	2,6
Generación de Empleo por Pymex	28.166	35.850

Estos resultados fueron impulsados por herramientas de apoyo con foco específico en empresas exportadoras, especialmente Pymes, disminuyendo la cantidad de participantes, para aumentar la inversión en cada uno de ellos.

• **Ferias Internacionales:** permiten el contacto directo con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión, exponiendo la marca frente a los miles de visitantes que recibe el moderno y llamativo Pabellón de Chile en el mundo. Además, permite conocer tendencias y potencialidad de productos en los distintos mercados.

Durante 2019 se participó en 40 ferias internacionales, a las que asistieron un total de 658 empresas.

Empresas Exportadoras	77%
Proyección de Negocios	US\$ 1.406 millones
Inversión	US\$ 2,6 millones
Retorno de la Inversión (ROI)	US\$ 533
Sectores participantes	Industrias Creativas (33%) Alimentos (30%) Servicios (18%) Industrias (5%) Productos del Mar (3%) Minería (3%) Innovación (3%)

• **Ruedas de Negocios:** evento en el que las empresas participantes pueden sostener reuniones de negocios con compradores y contrapartes extranjeras, para dar a conocer su oferta e identificar oportunidades concretas de negocio en determinados mercados.

• **Ruedas de Negocio Internacionales:** se realizaron 15 Ruedas de Negocios Internacionales, en las que participaron un total de 191 empresas chilenas.

Empresas Exportadoras Participantes	47%
Proyección de Negocios	US\$ 89,7 millones
Inversión	US\$ 550 mil
Retorno de la Inversión	US\$ 162
Sectores participantes	Multisectorial (50%) Minería (25%) Alimentos (13%) Forestal (13%)

• **Ruedas de Negocio Nacionales:** se realizaron 5 Ruedas de Negocios Nacionales, en las que participaron un total de 508 empresas chilenas.

Empresas Exportadoras Participantes	41%
Proyección de Negocios	US\$ 126,5 millones
Inversión	US\$ 557 mil
Retorno de la Inversión	US\$ 218
Sectores participantes	Multisectorial (29%) Alimentos (29%) Minería (14%) Servicios (29%)

• **Marcas Sectoriales:** concurso público para proyectos que buscan potenciar un sector productivo nacional, fortaleciendo su posicionamiento internacional, a través del diseño e implementación de marcas representativas de sectores que contribuyan a la imagen de Chile en el exterior.

Durante 2019 se trabajó con 19 marcas activas, de las cuales 13 tuvieron presupuestos vigentes, en las que participaron 12 gremios y 24 Instituciones de Educación Superior.

• **Fondos Concursables ProChile:** concurso público creado para fomentar las exportaciones, a través del cofinanciamiento y apoyo en la gestión de diferentes proyectos, tanto de actuales exportadores, como de aquellas empresas con potencial de internacionalización.

• **Fondos Concursables Sectoriales:** apoyan la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2019, se asignó de acuerdo al siguiente detalle.

Sector	Gremios beneficiados	Inversión
Silvoagropecuario	25	88%
Industrias	2	1%
Servicios	18	11%

• **Fondos Concursables Empresariales:** apoyan estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización. Durante 2019 se apoyó a un 47% de empresas exportadoras y un 31% PYMEX.

Sector	Empresas Beneficiadas	Inversión
Silvoagropecuario	162	56%
Industrias	66	23%
Servicios	68	21%

Desde el punto de vista regional, la distribución geográfica de los fondos concursables empresariales adjudicados para ejecución en año 2019 se detalla a continuación:

	Distribución Sectorial de los Fondos Regionales Asignados 2019			Asignación Regional del Total de Recursos Asignados 2019
	Industrias	Servicios	Silvoagropecuario	Total Regional
Región de Arica y Parinacota	27%	12%	61%	3%
Región de Tarapacá	21%	45%	34%	4%
Región de Antofagasta	100%	0%	0%	2%
Región de Atacama	0%	0%	100%	2%
Región de Coquimbo	0%	2%	98%	5%
Región de Valparaíso	20%	41%	40%	10%
Región Metropolitana	35%	35%	30%	34%
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	4%	0%	96%	11%
Región del Maule	11%	3%	87%	9%
Región de Ñuble	0%	0%	100%	2%
Región del Biobío	23%	13%	64%	5%
Región de la Araucanía	13%	8%	79%	4%
Región de Los Ríos	44%	0%	56%	3%
Región de Los Lagos	25%	40%	35%	3%
Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campos	10%	7%	83%	1%
Región de Magallanes y La Antártica Chilena	43%	8%	49%	1%
TOTAL GENERAL	23%	21%	56%	100%

NUEVAS HERRAMIENTAS

- **ProChile a Tu Medida:** Programa creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación de las Pymex en el comercio internacional. El programa busca que los beneficiarios logren aumentar sus exportaciones en volumen y/o monto y diversificar mercados de exportación en el mediano plazo para mejorar sus indicadores y contribuir así, al crecimiento económico regional y nacional.

Durante 2019, la implementación piloto benefició a 25 empresas, de un total de 72 postulantes, de las regiones Metropolitana, Valparaíso, Maule, Biobío y Los Lagos.

- **ChileB2B:** Primer Marketplace público para exportadores nacionales, que visibiliza la oferta en una sola plataforma de comercio electrónico, para facilitar el conocimiento y negociación a los importadores. Este formato permite acotar las distancias y barreras y está muy en línea a las nuevas formas de realizar negocios. A un año, alcanzó 900 exportadores y 749 Importadores, con un catálogo de más de 1.800 productos y servicios, 25.000 visitas de 90 países y negociaciones en curso proyectadas en US\$ 27 millones.

4. MÁS VALOR AGREGADO

Con el objetivo de poner el talento chileno al centro de la canasta exportadora nacional, ProChile ha priorizado el trabajo con los sectores Servicios e Industrias y Economías Creativas, visibilizando y apoyando la internacionalización de valor agregado, innovación, tecnología, creatividad y talento que conlleva su oferta.

En base a cifras del Servicio Nacional de Aduanas, las exportaciones de Servicios en 2019 alcanzaron un registro histórico, con envíos por US\$ 1.266 millones, un aumento de 6,4% respecto al año anterior. Positivo desempeño en un contexto complejo en que las exportaciones de bienes disminuyeron un 8%.

Las exportaciones de servicios representan el 1,8% de las exportaciones totales del país. Entre 2003 y 2019 estos envíos han sextuplicado sus envíos, con una tasa de crecimiento promedio anual de 12%. Asimismo, se destaca el aumento en un 7,5% del número de empresas exportadoras de servicios (685), con respecto al periodo anterior.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación, TICs, se consolidaron en 2019 como el principal sector de envíos de servicios no tradicionales, cerrando con ventas por US\$ 369 millones, un 31% más que el año anterior.

Las empresas atendidas por ProChile el 2019 del sector de Servicios fueron 1.420. Del total de empresas atendidas por ProChile en 2019, 126 (9%) corresponden a empresas exportadoras, de las cuales 77 fueron Pymex.

En enero de 2020 se realizó el Encuentro Exportador, Enexpro IT, evento que estaba programado originalmente para octubre de 2019. El reagendamiento permitió la realización de 450 reuniones entre importadores provenientes de 15 países invitados por ProChile y más de cien exportadores chilenos del sector. Este evento proyectó negocios por US\$ 6,5 millones.

Por otro lado, las Industrias Creativas son el quinto sector económico mundial más grande en términos de volúmenes de venta. Se estima que el valor que generan las Industrias Creativas se movería en torno al 2,2% del PIB Chileno. A eso se suma que el sector suma más de 30 mil empresas, equivalentes al 3% del total nacional y genera el 6% de los empleos en el país. Del total de empresas del sector creativo, un 99% son MiPymes, mientras que sólo el 1% restante son grandes. En 2019, ProChile trabajó con 612 empresas. A su vez, durante 2019 se trabajó con 35 (5,7%) empresas exportadoras y, a nivel de Pymex, con 21 empresas.

En enero se realizó el Encuentro Exportador Enexpro "Chile, Talento Vivo", evento previsto originalmente para noviembre de 2019. Esta actividad reunió a más de 200 empresas nacionales con una treintena de importadores de sectores como música, animación, audiovisual, editorial, moda, narrativa gráfica y videojuegos; a los que se sumaron siete profesionales de ProChile en mercados como España, Polonia, México, Brasil, Japón y Estados Unidos. La actividad arrojó un total de US\$3,1 millones de dólares en proyecciones de negocios (de los cuales US\$2,46 millones corresponde sólo a empresas del sector audiovisual) producto de la realización de 520 reuniones.

5. INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

La innovación es un elemento clave para el desarrollo del país y así también la internacionalización de la innovación, por eso en 2018 la definimos como uno de nuestros ejes estratégicos y transversal. Este nuevo segmento de clientes enfrenta una realidad distinta que las empresas tradicionales, por eso ProChile tiene la misión de prepararlas y acompañarlas en su proceso de internacionalización.

• **ProChile Innovation Summit Internacional:** misión comercial de dos días enfocada en facilitar el contacto entre Pymes y emprendedores con los ecosistemas de innovación alrededor del mundo, promoviendo, al mismo tiempo, la internacionalización de nuevos sectores de la economía chilena.

Mercados	China y Alemania
Beneficiarios	20 empresas

• **ProChile Innovation Summit Regional:** parte de la estrategia que promueve la descentralización y el fomento de la economía regional, en este caso en materia de innovación. Además de actividades de networking, contempla capacitaciones en materias de innovación e internacionalización, y paneles de casos de éxito regional.

Regiones	Coquimbo, Araucanía y Maule
Beneficiarios	107 empresas

• **Go Global:** Programa piloto implementado de manera conjunta entre ProChile y Corfo, orientado a promocionar emprendimientos chilenos, a través del financiamiento de una inmersión en un mercado

de destino por hasta 3 meses, con servicios de un Key Account Manager y disponibilidad de un CoWork.

Mercados	Perú, Colombia, México, Estados Unidos
Beneficiarios	57 empresas
Exportadoras	9%
ROI	\$59.74

• **Conformación del Consejo Asesor de Innovación:** Considerando que la promoción de la innovación chilena en el exterior es un nuevo eje estratégico, se dispuso la creación de un Consejo Asesor compuesto por reconocidos líderes nacionales, con el propósito de exponer las diferentes visiones de ProChile y definir en conjunto una efectiva promoción de los bienes y servicios con valor agregado.

El objetivo principal es alinear la estrategia de Innovación de ProChile con líderes y homólogos que asesoren en el diseño y la implementación de herramientas para apoyar este segmento. Durante el 2019 el Consejo Asesor sesiona cada 3 meses y está compuesto por:

- **Carlos Honorato** – ex director de ProChile. Actualmente CEO de empresas de tecnología.
- **Christoph Schiess** – presidente en TANICA, IGneous y Endeavor Chile
- **Conrad Von Igel** – Director Ejecutivo del Centro de Innovación UC Anacleto Angelini.
- **Fernanda Vicente** – emprendedora, presidenta de Mujeres del Pacífico.
- **Iván Vera** – Fundador y presidente Innspiral, Magical Startups y Turingo.
- **Wilson Pais** – Jefe de Tecnología de Microsoft.

6. PROCHILE DIGITAL

El proceso de transformación digital que estamos implementando en ProChile nos ha permitido repensar la forma en la que atendemos a nuestros usuarios con servicios que se adaptan a ellos y sus necesidades, lo que en la práctica ha significado optimizar nuestro modelo de atención y procesos internos.

Este eje contempló dos innovaciones en el quehacer institucional:

Experiencia del Cliente: contempló el rediseño de experiencia de usuario y omnicanalidad, con un nuevo Protocolo de Atención a Clientes, el desarrollo de un Minisitio de Estudios y la creación de un Acceso Único, que además permite que un empresario/a realice su Autodiagnóstico.

Paralelamente dio inicio al diseño de un nuevo sistema de gestión de clientes centralizado, que será implementado durante 2020, con una Base de Conocimiento para autoatención.

Gestión Interna: se digitalizaron la gestión documental y procesos administrativos, lo que permite dedicar más tiempo a labores estratégicas, cumpliendo además la meta de convertir a ProChile en una una institución cero papel.

Por otro lado, se adoptaron plataformas tecnológicas colaborativas para fortalecer la coordinación de los funcionarios a distancia, que ha facilitado la realización de trabajo a distancia.



III.

—

ANTECEDENTES INSTITUCIONALES

1. CREACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

En julio de 2019 el Presidente Sebastián Piñera, junto al Ministro de Relaciones Exteriores, Teodoro Ribera, lanzaron la nueva Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales y la Dirección General de Promoción de Exportaciones, oficializando a ProChile como un servicio público centralizado, dependiente del Presidente de la República, a través de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores.

ProChile adquirió mayor autonomía administrativa y presupuestaria, con lo que comenzó una nueva etapa, orientada a dotar al Servicio de las capacidades necesarias para posicionarlo como un servicio público moderno, aumentando la digitalización de sus procesos y gestión, poniendo a sus clientes en el centro.

Con miras a este proceso, durante el año anterior, se trabajó la nueva estrategia de “ProChile 3.0”, considerando los elementos descritos a continuación.

DEFINICIONES ESTRATÉGICAS:

Visión

Ser el organismo público líder y de vanguardia que apoya la internacionalización de las empresas chilenas

Misión

Contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

Objetivos ProChile 3.0

- Identificar, aumentar y diversificar la oferta exportable, a través de las Oficinas Regionales.
- Monitorear, identificar y alertar las oportunidades, tendencias y barreras del comercio internacional, mediante las Oficinas Comerciales.
- Construir e implementar una estrategia de promoción para la oferta exportable innovadora y el emprendimiento con proyección internacional.
- Desarrollar capital humano especializado en Comercio Internacional, Promoción, Imagen País e Inversiones.
- Instalar un modelo de mejora continua que permita alcanzar una gestión institucional eficiente y transparente, en base a resultados y que responda a las actuales y futuras exigencias.

Focos Estratégicos ProChile 3.0

- **Gestión:** reforzar la gestión tanto interna como en los procesos relacionados a la atención de empresas, con un claro enfoque al cliente, con el objetivo de transformar al Servicio: + digital, + cercano, + eficiente.
- **Región y Pymes:** Acelerar el proceso de internacionalización de las empresas regionales, con foco en las Pequeñas y Medianas empresas exportadoras, Servicios e Industrias 4.0, Industrias Creativas y Alimentos con valor agregado, a través del trabajo en terreno realizado por las Red Regional de 16 oficinas a lo largo del país.
- **Aumento y diversificación de las exportaciones:** Fortalecer el crecimiento y diversificación de la oferta exportable, a través de herramientas de promoción y el apoyo de la Red de oficinas comerciales de Chile en el exterior, para generar nuevas oportunidades de negocios para el sector exportador.

• **Innovación y Emprendimiento:** Impulsar la internacionalización de emprendimientos de alto impacto mediante un portafolio de nuevos servicios y herramientas especializadas para este segmento de empresas, apoyadas por la Red de Oficinas Comerciales, para lograr el potenciamiento de Chile como un hub regional de innovación y emprendimiento.

• **ProChile Digital:** Avanzar en Transformación Digital mediante la implementación de un conjunto de iniciativas, que basadas en el uso de la tecnología, logren mejorar los servicios y herramientas que se entregan a las empresas para apoyar su proceso de internacionalización.

• **Imagen de Chile:** Apoyar la realización de acciones de promoción a través de la Red de Oficinas Comerciales de Chile en el mundo y de las Oficinas Regionales que permitan lograr el fortalecimiento de la Imagen de Chile, atracción de inversión extranjera, turismo y la inversión chilena en el exterior.

2. REDISEÑO DE LA RED EXTERNA

Durante 2019 se rediseñó la Red Externa de ProChile, en base a un estudio que permitió evaluar la pertinencia de su ubicación en el exterior, para adaptar la institución al proceso de modernización de la Cancillería y a las tendencias actuales del comercio exterior.

Esta nueva estrategia fue trabajada en conjunto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, propuesta y aprobada por el Presidente de la República.

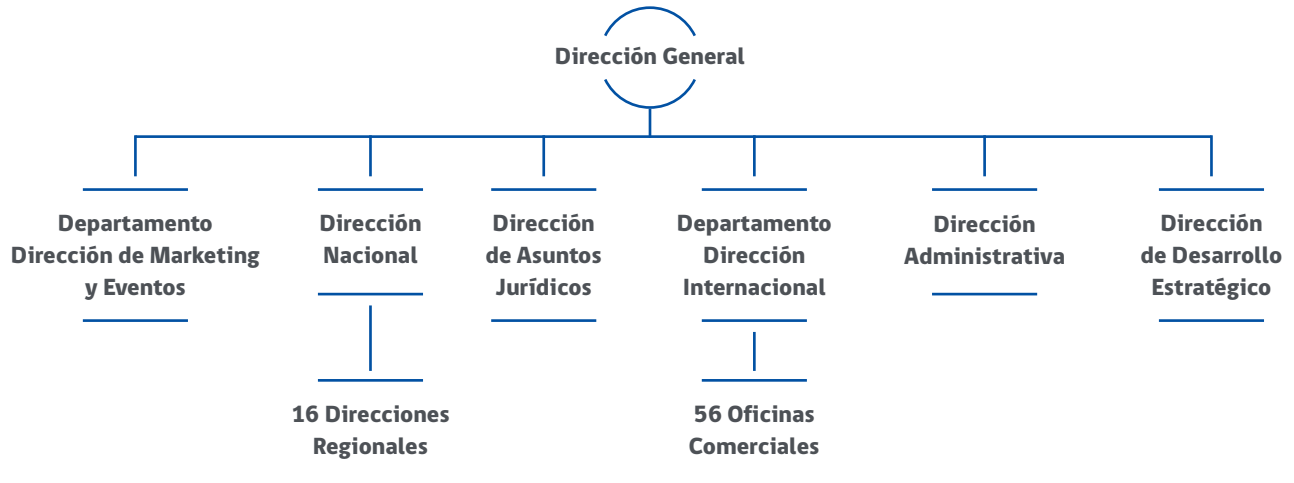
Al momento de asumir la actual administración, la Red Externa de ProChile contaba con 55 oficinas comerciales en 45 economías en el mundo. Como resultado de este trabajo, se procedió a la reestructuración de la red externa de ProChile, que implica una nueva red constituida por 56 Oficinas, con presencia en 49 mercados, que nos permitirá acceder a un mercado de 5.159 millones de personas, el 70% de la población mundial, con un PIB per cápita promedio de US\$ 24.200.

Se lograron importantes sinergias con el Ministerio de Agricultura estableciendo directores conjuntos en algunos mercados y se definió la apertura de nuevas representaciones en Texas (EE.UU.), Belo Horizonte (Brasil) y Mumbai (India), por ser mercados de alto potencial para nuestra economía.

Todo lo anterior con un importante ahorro, que permite hacer un uso más eficiente de los recursos fiscales, basado en el real impacto de las oficinas comerciales, para dar un mejor servicio, que le permitan apoyar la diversificación y estímulo de las exportaciones de bienes y servicios, así como posicionar de la imagen de Chile en el exterior.

3. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

El Servicio está compuesto por una Dirección General, de la cual dependen las siguientes Direcciones Nacional, Asuntos Jurídicos, Administrativa; y los Departamentos Dirección de Desarrollo Estratégico, Internacional y de Marketing y Eventos.



4. DOTACIÓN DE PERSONAL

En 2019 el equipo de ProChile estuvo integrado por 578 personas, según la siguiente distribución geográfica.



De la total de funcionarios, un 57% son mujeres y un 42% de los cargos de jefaturas son ocupados por mujeres.

PRINCIPALES AUTORIDADES EN EL AÑO 2019

CARGO	NOMBRE
Director General	JORGE O´RYAN SCHÜTZ
Directora de Asuntos Jurídicos	PAULINA VALDERRAMA ARAVENA
Director Administrativo	HUGO CORALES COFRÉ
Directora Nacional	CAROLINA VÁSQUEZ MUÑOZ
Jefa Departamento Dirección Internacional	ROSE MARIE BEDECARRATZ DAMES
Jefe Departamento Dirección de Desarrollo Estratégico	MA. LORENA SEPULVEDA VILLA
Jefe Departamento Dirección de Marketing y Eventos	JOSÉ ARIAS SALAS

5. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

El presupuesto de ProChile en 2019, según ley consolidada, fue de MM\$ 44.136.144. La ejecución presupuestaria alcanzó un 94,6%.

6. INFORMACIÓN A LA CIUDADANÍA

Durante el 2019 ProChile se propuso ser un articulador dentro del ecosistema exportador, con el fin de facilitar el proceso de internacionalización, el acceso a la información, la articulación de recursos y la generación de sinergias para la resolución de conflictos. Es por eso que relevando este rol ProChile participó en 70 Mesas Comex y desarrolló 16 Consejos Regional Exportador (CRE) y 2 Diálogos Público Privado del Sector Exportador en medio de la contingencia social que afectó al país en octubre pasado.

Sumado a esto, hemos abordado con la oportunidad y responsabilidad que amerita materias como Publicación de Información de Transparencia Activa, Gestión de Solicitudes de Acceso a la Información Pública, Atención Ciudadana (OIRS), Gestión de Solicitudes de audiencias y Publicación de viajes y donativos. En este contexto, se destaca el cumplimiento a la normativa establecida y el resumen de esta interacción se encuentra a continuación:

SISTEMA INTEGRAL DE ATENCIÓN CIUDADANA

OIRS	Número de Atenciones Respondidas	260
Transparencia	Número de Solicitudes Respondidas	100
Lobby	Número de Audiencias Recibidas	172
	Número de Audiencias Publicadas	105
	Número de Viajes Publicados	438
	Numero de Donativos Publicados	16

ESTADÍSTICAS DE ACCESO AL PORTAL WWW.PROCHILE.GOB.CL

Visitantes	Número de visitantes que han hecho al menos una visita al sitio web	353.498
Visitas	Sesiones o visitas efectuadas al sitio de ProChile por los usuarios durante el periodo	625.763
Nuevas visitas	Sesiones efectuadas por visitantes que acceden al Sitio de ProChile por primera vez	342.756
Páginas vistas	Cantidad de páginas vistas	2.898.143

REDES SOCIALES

Facebook	Fans	25.507
Youtube	Suscriptores	1.330
Instagram	Seguidores	10.423
Twitter	Seguidores	85.453

7. COMPROMISOS MINISTERIALES

Durante 2019 los 5 Compromisos Ministeriales de ProChile fueron:

1. Desarrollar actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los Estados de la Alianza del Pacífico.
2. Evaluar un rediseño de la política de promoción de exportaciones e inversiones, incluyendo la transformación de la Direcon en la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, de la cual dependerán ProChile e InvestChile.
3. Potenciar el trabajo desde regiones para incorporar elementos regionales estratégicos en la promoción de exportaciones.
4. Priorizar programas y actividades de promoción con foco en los servicios y desarrollar programas enfocados en las Pymes exportadoras.
5. Rediseñar ProChile 3.0 como promotor de exportaciones, inversiones e Imagen País.

El Servicio desarrolló actividades planificadas, ejecutando el 65% en su totalidad, encontrándose las restantes en etapa de replanificación, debido a la coyuntura sanitaria mundial.

8. CUMPLIMIENTO INSTRUMENTOS DE GESTIÓN

Los instrumentos de control de la gestión interna definidos por ley son:

- Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG);
- Convenio de Desempeño Colectivo (CDC); y,
- Convenio de Desempeño Institucional (CDI).

Todos fueron cumplidos en un 100% durante 2019, marcando un hito relevante, considerando que el Servicio inició sus actividades como tal el 1 de julio.

IV.

TRABAJO A NIVEL REGIONAL

Uno de los focos estratégicos establecidos en el marco de ProChile 3.0 es el trabajo con regiones. Por esto, las 16 Oficinas Regionales pusieron énfasis en la gestión en terreno para mejorar la identificación de la oferta exportable de bienes y servicios. Cada oficina diseñó una estrategia de internacionalización de su región y de su oferta, además de transformar a ProChile en un actor relevante en el ecosistema empresarial y exportador y ante los Gobiernos Regionales.

Junto con los servicios vinculados a la cadena de exportación, a través de ProChile, Cancillería participó y lideró 16 Consejos Regional Exportador (CRE) y 70 Mesas Comex. Este diálogo ha permitido al Servicio fortalecer su rol público e identificar con mayor precisión las necesidades de empresarios, no sólo a nivel central, sino que desconcentradamente, además de mejorar la coordinación de los esfuerzos e iniciativas de cada servicio público.

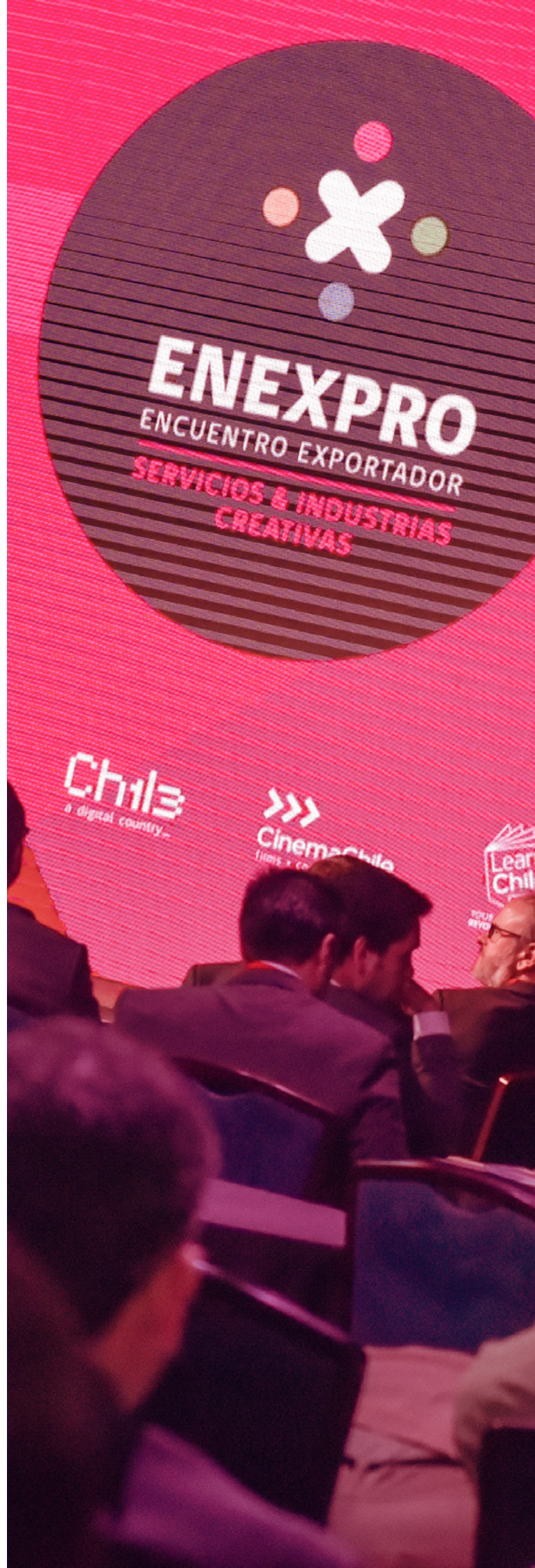
En el marco de la redefinición institucional, las 16 Oficinas Regionales se agruparon en 4 macrozonas: Norte, Centro Norte, Centro Sur y Sur. Cada macrozona está a cargo de las Oficinas Regionales de Antofagasta, Metropolitana, Bío Bío y Los Lagos, las cuales tienen las siguientes funciones:

- Velar por el cumplimiento de los lineamientos estratégicos institucionales en cada zona.
- Promover la coordinación territorial para la implementación de los servicios y herramientas que el Servicio pone a disposición del sector empresarial de manera de asegurar un mayor impacto.
- Facilitar y articular las acciones de las oficinas regionales que comprenden su zona con la sede central y efectuar la planificación anual y las definiciones presupuestarias para la zona, entre otros aspectos.
- Levantar, gestionar y coordinar actividades zonales de promoción internacional para oferta exportable en común entre las regiones; talleres y coaching conjuntos.
- Generar en conjunto con el área de comunicaciones una estrategia comunicacional de las zonas para cada territorio.

Debido a la contingencia nacional que enfrentamos a nivel nacional, luego del estallido social en octubre pasado, el rol articulador de las Oficinas Regionales fue clave para detectar barreras en la cadena logística y comercial de la exportación, levantar inteligencia comercial, prestar asesoría comercial y hacer monitoreo desde regiones.

ACTIVIDADES REALIZADAS EN REGIONES

- **Enexpros**
 - Productos del Mar (Los Lagos)
 - Minería (Antofagasta)
- **Chile Villages en el marco de APEC Chile**
 - Realizado en las Regiones Metropolitana, Valparaíso, Coquimbo, Los Lagos.
- **161 Actividades de Promoción Regional**
- **Actividades de Capacitación Regional**
 - 181 Talleres
 - 1 Diplomado de Comercio Exterior
 - 2 Coaching
- **340 Proyectos cofinanciados a través de Concursos de Promoción de Exportaciones**



V.

— DESAFÍOS INSTITUCIONALES 2020

Estamos en un momento único de la historia reciente de Chile. La pandemia del COVID-19 es considerada la mayor crisis sanitaria desde la fiebre española en 1918 y se prevé que sus efectos en la economía podrían afectar a Chile con la mayor recesión económica desde 1980.

La naturaleza de la crisis gatillará diversos cambios, algunos de carácter temporal, otros permanentes. No sólo cambiará nuestros hábitos de higiene y sociales, sino también impactará en el comercio exterior, en las formas en cómo este se desarrolla y en las prioridades de consumo en los mercados.

Sobre la base de este cambio en las reglas del juego -el distanciamiento social, el cierre de fronteras para el libre movimiento de personas, cambios en los hábitos de vida-, ProChile está trabajando en replantear su rol y estrategia, con el objetivo de convertirse en el mejor prestador de servicios para el sector exportador nacional.

Los nuevos lineamientos de la estrategia de promoción se han construido sobre la base de las definiciones estratégica de ProChile 3.0:

- Continuidad del trabajo con empresas exportadoras, con especial foco en pequeñas y medianas exportadoras.
- Prioridad en aquellas empresas esenciales para sostener el crecimiento del país y en la generación de empleo
- Definición de 17 mercados estratégicos, diferenciados entre aquellos como primera prioridad por volumen: China, EE.UU., Japón, Brasil, Perú, Corea, Holanda, España y Colombia, y segunda prioridad por oportunidades estratégicas: Reino Unido, Suiza, Alemania, México, India, los países que conforman Asean, MENA y Alianza del Pacífico.
- Macrosectores relevantes: silvoagropecuario, servicios e industrias 4.0, economía creativa.
- Focos transversales: Innovación, sostenibilidad, mujeres y pueblos originarios.

Con estos ajustes ProChile mantendrá apoyo a 1.970 empresas exportadoras, 1.000 Pymex –que representaron en 2019 el 57% de las exportaciones de bienes y servicios no cobre, y generaron 410.000 empleos.

Esta nueva estrategia está orientada a la consecución de las siguientes metas a mediano plazo:

	2018	2019	2020	2022	2025
Exportadores	28%	30%	33%	40%	45%
Pymex	26%	34%	36%	45%	50%
Exportaciones	55%	57%	62%	66%	70%

En etapa de implementación se encuentra el “Consejo de la Sociedad Civil”, mecanismo de participación ciudadana establecida para todos los Servicios Públicos conforme la ley 20.500.

Está pendiente la elaboración del “Código de Ética” institucional. (Agenda para la transparencia y probidad, Servicio Civil)





ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES



CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA GESTIÓN 2019

DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Mayo 2020

WWW.PROCHILE.GOB.CL