

CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA GESTIÓN 2020

DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES



ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

Mayo 2021



TABLA DE CONTENIDOS

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE	Pag. 05
I. INTRODUCCIÓN	Pag. 06
II. RESULTADOS 2020 POR FOCO ESTRATÉGICO	Pag. 08
Region y Pymes	
Más Valor Agregado	
Aumento y Diversificación de Exportaciones	
Innovación y Emprendimiento	
ProChile Digital	
Empresas lideradas por Mujeres	
Pueblos originarios	
Imagen de Chile	
III. ANTECEDENTES INSTITUCIONALES	Pag. 28
Antecedentes del Servicio	
Estructura organizacional	
Dotación personal	
Ejecución presupuestaria	
Información a la ciudadanía	
Compromisos Ministeriales	
Cumplimiento instrumentos de gestión	
IV. METAS Y DESAFÍOS 2021	Pag. 33



MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE

El año 2020 será inolvidable para toda la humanidad. La llegada de la pandemia, debido al Covid 19, revolucionó la vida personal, profesional y la forma de relacionarnos. Las exportaciones no fueron la excepción -así como los efectos en el empleo, el turismo, las inversiones- y el cierre de fronteras y las cuarentenas a nivel mundial nos obligaron a replantear la forma en que teníamos que hacer nuestra labor.

Fue así como el teletrabajo se instaló en nuestro Servicio, y en el mundo entero, en respuesta a la necesidad de continuar siendo un puente entre los exportadores, los importadores y stakeholders en general. Todos fuimos capaces -algunos con más facilidad que otros- de compartir el tiempo y el espacio entre las reuniones de trabajo, las clases online escolares, las labores hogareñas y el descanso en el encierro. No había tiempo para detenerse, nuestro país exigía una respuesta rápida a las demandas que permitieran evitar la caída drástica de la economía, pero también avanzar internamente en Prochile con el proceso de modernización de la institución propuesto hace dos años atrás, especialmente su transformación digital.

Gracias a que desde el 2018 veníamos trabajando en estos objetivos con estrategias y acciones concretas, pudimos responder de buena forma a la virtualidad. Ferias, capacitaciones, e-ruedas de

negocios y el e-commerce, entre otros, fueron los protagonistas y las herramientas con las que logramos mantener los negocios de nuestras empresas beneficiarias permitiendo llevar los productos nacionales a los diversos mercados priorizados.

Ninguna de estas cifras, eventos y logros aquí presentados se podrían haber conseguido sin el apoyo, compromiso y trabajo de los trabajadores de ProChile, en coordinación con otras instituciones del sector público y privado. Todos han sido parte del logro de los resultados expuestos en la Cuenta Pública 2020, que no tuvo otro objetivo que contribuir a reducir el impacto de la crisis en la economía, la generación de ingresos y empleo, y prepararnos como Servicio para la reactivación económica tras la pandemia. Este es parte del compromiso que mantendremos para este año 2021, ya que ProChile al ser un Servicio Público y técnico, debe velar porque las empresas, y especialmente las Pymes, prosperen y con ello el crecimiento nacional, beneficiando el rol de Chile en el comercio internacional.

JORGE O'RYAN SCHÜTZ

I. INTRODUCCIÓN

El año 2020 estuvo marcado por la incertidumbre y las proyecciones negativas para las exportaciones, lo que obligó a redefinir la estrategia institucional y ajustar el presupuesto a la realidad y necesidades del país, en cuanto a metas y desafíos.

A raíz del impacto de la pandemia el rediseño del Servicio, en implementación desde 2018, se aceleró, y obligó a redefinir los objetivos estratégicos de ProChile, con foco no sólo en aumentar las exportaciones y su valor agregado, sino también disminuir el impacto de la crisis en la economía, contribuir a la generación de ingresos y empleo, y preparar al Servicio para la reactivación económica. Adicionalmente se propuso trabajar para potenciar un comercio exterior más inclusivo, sostenible y competitivo, sobre la base del talento humano de nuestro país, apoyando la inserción de Chile a la Economía del Conocimiento.

Apoyar a los exportadores chilenos en uno de los periodos más desafiantes de las últimas décadas fue la principal tarea de ProChile durante el año 2020. Para lograrlo se realizó un trabajo coordinado entre las distintas áreas de la institución, oficinas comerciales y regionales, y el sector privado. Como resultado ProChile identificó 17 mercados priorizados y puso a disposición distintas herramientas, en su mayoría virtuales, para impulsar al sector exportador y apoyar al cumplimiento de sus compromisos comerciales en el extranjero.

La labor de todo ProChile durante el año 2020, demostró una rápida capacidad de adaptación

dando mayor velocidad a proyectos estratégicos, como el de transformación digital, gracias al cual al término de 2021 ProChile se convertirá en el primer servicio público en contar con un sistema de gestión integrada, con una estrategia de administración, abarcando la digitalización, de principio a fin, de la relación con las empresas exportadoras.

La coyuntura abrió la oportunidad para transformar a ProChile en el mejor prestador de servicios para el sector exportador nacional, poniendo foco en fortalecer el talento humano como elemento central de las exportaciones chilenas y en cómo apoya la aceleración de la digitalización del comercio exterior.

Además se institucionalizó la Subdirección de Innovación y Competitividad, para agrupar el trabajo en desarrollo de la estrategia de mediano - largo plazo, con los Departamentos de Innovación, Sostenibilidad, Comercio Electrónico y Empresas lideradas por mujeres y pueblos originarios.

Sin duda el año 2020 estuvo marcado por la crisis económica a nivel mundial y ProChile al ser el organismo público líder y de vanguardia en la internacionalización de empresas chilenas, fue parte del enorme desafío que implicó la reactivación económica del país y conforme al trabajo realizado, pudo superar las metas fijadas pre pandemia, considerando condiciones "normales".

FOCOS ESTRATÉGICOS AÑO 2020



II. RESULTADOS AÑO 2020 POR FOCO ESTRATÉGICO

Durante el año 2020 ProChile reformuló su estrategia institucional, como reacción a la difícil situación generada por la pandemia a causa del Covid-19 en el país y en el mundo. Esto implicó ajustes de presupuesto y definición de nuevas metas y desafíos acordes a la realidad que impuso esta situación sanitaria.

En términos cuantitativos, ProChile trabajó con 5.739 empresas beneficiarias, de las cuales 2.091 fueron exportadoras y representaron el 36% de los exportadores de bienes y servicios no cobre a nivel nacional. Estas empresas generaron el 63% de los montos exportados a nivel nacional y cerca de 385.882 puestos de trabajo (empleos directos).

Del total de los beneficiarios exportadores, el 14% de ellos fueron nuevos beneficiarios, es decir,

empresas que no habían trabajado nunca con ProChile o habían dejado de hacerlo en los últimos 3 años; el 78% de los beneficiarios exportadores 2020 fueron exportadores continuos, los que representan el 92% del empleo generado por los beneficiarios exportadores de ProChile.

Por otro lado, se puede destacar que las empresas que trabajaron con ProChile en 2020, presentaron un mejor desempeño exportador, exportando a 7 mercados promedio vs. los 3 mercados para las empresas no beneficiarias, y exportaron 6 productos promedio vs. los 4 productos de las que no.

Los principales mercados donde exportaron los beneficiarios 2020 fueron Estados Unidos (43%) y China (35%).

Por su parte, la distribución sectorial de los beneficiarios exportadores 2020 fue la siguiente:

- Agropecuario **(46%)**
- Manufacturas **(20%)**
- Vinos **(14%)**
- Pesca y Acuicultura **(11%)**
- Forestal **(4%)**
- Servicios **(4%)**
- Minerales no cobre **(1%)**

Respecto a monto exportado, la meta de ProChile fue trabajar con empresas que alcanzaran los USD 18.934 millones de monto FOB exportado. No obstante, durante el 2020 los beneficiarios lograron exportar USD 20.339 millones, lo que representa alrededor de dos tercios del total exportado de bienes y servicios no cobre, a nivel nacional.

En términos de retorno de la inversión, en relación a las cifras alcanzadas durante el periodo, se puede inferir que por cada USD 1 que ProChile invirtió en promoción de exportaciones, se generaron USD 424 de retorno para el país.

A continuación se detallan los resultados institucionales según foco estratégico:

1. Región y Pymes

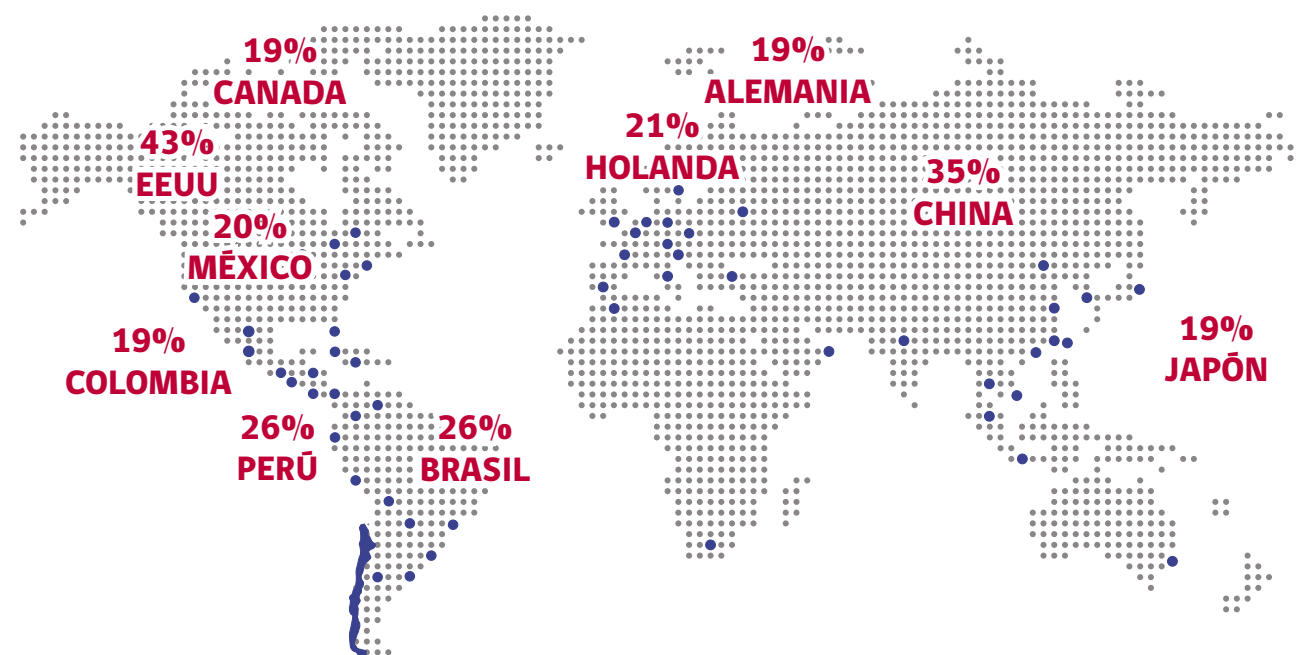
Del total de empresas exportadoras de bienes y servicios no cobre, ProChile alcanzó el 34% de cobertura. Para mayor precisión se puede señalar que el 73% de los beneficiarios exportadores de ProChile se encuentran en 6 regiones:

- Metropolitana **43,7%**
- Valparaíso **9,7%**
- Biobío **5,2%**
- Maule **5,1%**
- Coquimbo **4,8%**
- Los Lagos **4,7%**

Durante el 2020 ProChile acompañó a 2.091 empresas exportadoras a nivel nacional, de las cuales 979 correspondieron al segmento PYMEX.

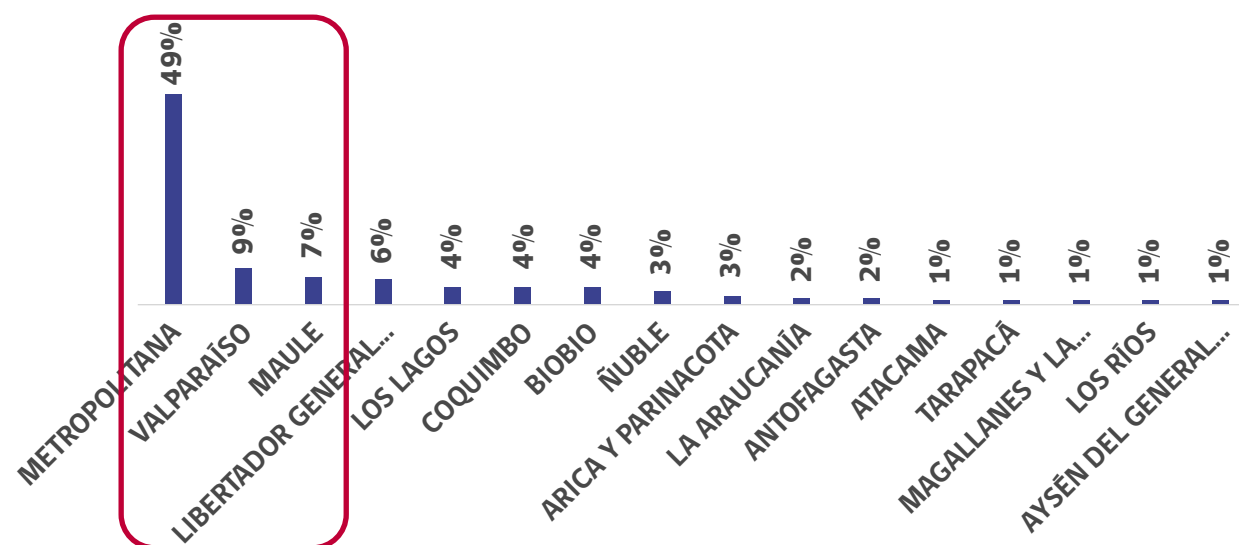
Respecto a las PYMEX, las exportaciones son aún más concentradas: El 49% son de la Región Metropolitana, seguidas por la Región de Valparaíso (9%) y la Región del Maule (7%). Estas tres regiones concentran el 65% de los envíos.

Principales destinos de las Exportaciones realizadas por empresas registradas en ProChile en año 2020



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas.

Distribución Regional de Empresas Pymex 2020



En relación al monto exportado, los beneficiarios Pymex 2020 de ProChile alcanzaron una participación del 50%, versus el 55% del 2019.

Del total de beneficiarios exportadores con los cuales trabajó ProChile en cada región, los PYMEX ocupan un alto porcentaje de esa gestión. En la gran mayoría de las regiones es cercano al 40% de los beneficiarios atendidos durante el año 2020, destacándose las regiones Metropolitana, O`Higgins, Ñuble y Aysén con un 50%.

Aporte regional empresas PYMEX 2020

Región	Beneficiarios Exportadores 2020	Beneficiarios PYMEX 2020	% Beneficiarios PYMEX del total de Beneficiarios Exportadores 2020
Metropolitana	948	480	51%
Valparaíso	189	88	47%
Maule	167	69	41%
Libertador General Bernardo O'Higgins	121	60	50%
Los Lagos	120	44	37%
Coquimbo	109	42	39%
Biobío	89	42	47%
Ñuble	65	32	49%
Arica y Parinacota	52	25	48%
La Araucanía	49	20	41%
Antofagasta	43	17	40%
Atacama	36	14	39%
Tarapacá	32	14	44%
Magallanes y la Antártica Chilena	30	13	43%
Los Ríos	29	13	45%
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campos	12	6	50%
TOTAL GENERAL	2091	979	

La distribución sectorial de las empresas Pymex apoyadas por ProChile se compuso de la siguiente manera: Agropecuario (48%), Manufactura (19%), Vinos (15%), Pesca y Acuicultura (10%), Forestales (3%), Servicios (4%), Minerales no cobre (1%).

En relación a las iniciativas de promoción de exportaciones realizadas a nivel regional por la institución, destacan:

Región	Nombre de Iniciativa	Subsector
Tarapacá	Promoción productos textiles lana de alpaca	Industrias
Antofagasta	eEnexpro Minería	Minería e Innovación
Atacama	X eEncuentro Binacional Chile Perú	Alimentos, Servicios, Minería
Coquimbo	eRueda Multisectorial Centro-Norte	Multisectorial
	E-Rueda sector Pisquero (Atacama y Coquimbo)	Pisco
Valparaíso	eRueda de Negocios - 24 Encuentro Empresarial de Valparaíso	Fruta fresca, Frutos secos y deshidratados, Agroindustria, Proveedores de la salud, Fintech
	Ruedas de Inversión Empresas de base científica tecnológica	Fruta fresca, Frutos secos y deshidratados, Agroindustria, Proveedores de la salud, Fintech, moda y empresas innovación tecnológica
Libertador General Bernardo O'Higgins	eRueda de negocios virtual para cítricos	Fruta Fresca y Fruta Seca
Metropolitana	Mentoría y Rueda de Negocios virtual con Atelier Meraki, entre empresas exportadoras con importadores validados por la Oficina Comercial.	Moda
	Directorio Regional	Multisectorial
Maule	Campaña de Marketing Digital con influencers México	Agroalimentos
	Campaña de Marketing Digital con influencers Brasil	Agroalimentos
	Campaña de Marketing Digital con influencers Colombia	Agroalimentos
BioBío	eEnexpro Forestal	Forestal
Araucanía	eRueda de negocios La Araucanía y Centroamérica	Agroalimentos
Los Ríos	eRueda de Negocios Latinoamérica	Agroalimentos e Industrias
Los Lagos	eEnexpro Productos del Mar e Industria Acuícola	Productos del mar Proveedores de la industria acuicola
Magallanes	eEncuentro de Negocios de Mujeres empresarias del fin del Mundo	Multisectorial

2. MÁS VALOR AGREGADO

El 2020 estuvo marcado no solo por la contingencia internacional originada en el ámbito sanitario, sino que también por el despegue y aceleración tecnológica a las que muchas de las industrias se vieron enfrentadas. La situación mundial hizo, no solo que las empresas generaran modelos de negocios diferentes, sino que también obligó a modificar la estrategia de internacionalización que se tenía planificada, girando así en 180° y pasando de la presencialidad a lo 100% virtual en todas las acciones.

• SERVICIOS

El sector servicios en Chile, el cual en su conjunto aporta el 58,7% del PIB y emplea a alrededor de 69,1% de la población, se caracteriza no solo por ser un sector dinámico en su composición, sino también por incorporar componentes adicionales como la innovación, sostenibilidad, digitalización y nuevas tecnologías, factores diferenciadores que aportan a la diversificación y valor agregado de la oferta exportadora. Producto de lo anterior es que en los últimos quince años este sector ha conocido solo de bondades en el ámbito de las exportaciones ya que su crecimiento promedio se ha mantenido aproximadamente en un 13% anual, llegando así en 2020, según cifras de Aduanas, a los US\$1.075 MM exportados.

La capacidad de adaptación, la rápida respuesta y el trabajo conjunto entre gremios y ProChile, fueron claves para entregar en 2020 un ecosistema propicio para que las empresas vinculadas al sector servicios pudieran continuar con sus acciones comerciales.

En el ámbito de promoción internacional, ProChile trabajó junto a los gremios nacionales con sectores de rápida expansión digital y vinculados a las tecnologías de la información, así como también con sectores que presentan un futuro internacional promisorio y con demanda creciente como las Smart Cities, Energías Renovables y Eficiencia Energética. Otro segmento de trabajo estuvo dirigido al apoyo de sectores más maduros como son, por ejemplo, la construcción, el cual en su conjunto supera el 7% del PIB y aporta con una suma cercana a los 100 mil empleos ligados a su internacionalización, la arquitectura e ingeniería. Así también se realizaron acciones comerciales con sectores que se han desarrollado al alero de industrias internas maduras, con altos estándares y exigencias, como lo son minería y acuicultura.

Como balance de 2020 hay que señalar que los esfuerzos comerciales estuvieron centrados en aquellos países que componen la Alianza del Pacífico, así como también Estados Unidos. El resto de los países, tanto de Latinoamérica como de otras localidades geográficas, aportaron al trabajo, pero en un porcentaje menor. En acciones comerciales y líneas de trabajo primó el valor agregado y la diferenciación en la oferta, y fue así que componentes como la innovación, sostenibilidad y género marcaron la pauta en cada una de las actividades realizadas.

Así también hay que destacar que durante el año se realizaron 3 Encuentros Exportadores - Enexpro enfocadas en los sectores de Minería, Tech y CEI (Ciudad, Energía e Infraestructura), teniendo como resultado final una proyección conjunta cercana US\$ 51 millones, esto con participación de más de 357 empresas y cerca de 1.000 reuniones de negocios. En complemento a lo anterior se desarrollaron rondas de negocios

focalizadas en mercados y sectores nichos, como lo fueron Paraguay con Energías Renovables No Convencionales (ERNC) y EE; México con soluciones de tecnología educativa (Edutech) y tecnología financiera (Fintech); y en Bolivia y Guatemala con servicios tecnológicos (Tech).

Finalmente, en este punto, destacar que se desarrollaron 32 actividades, en las que participaron 907 empresas (17 Talleres virtuales, 11 Mentorías y 4 ciclos de conversatorios especializados), los cuales buscaron no solo formar empresas, sino que también transmitir conocimientos y buenas prácticas de los sectores.

• ECONOMÍA CREATIVA

El 2020 fue un año particularmente complejo para las Industrias Creativas, producto de la pandemia se tuvieron que cancelar casi la totalidad de las actividades presenciales programadas y obligó a dar un giro abrupto hacia la virtualidad. Por ello ProChile, en su esfuerzo de apoyar la internacionalización del sector, se propuso un ambicioso plan de trabajo para readecuar la promoción de nuestra oferta exportable y con ello no perder el posicionamiento internacional ya adquirido.

Aún en este contexto global se logró seguir contribuyendo al posicionamiento de Chile como un exportador de clase mundial en este sector caracterizado por el talento, la creatividad y el carácter innovador de sus exponentes, que ha logrado grandes reconocimientos internacionales, entre los que destacan: el Oscar al cortometraje de Animación "Historia de un Oso" (2016) y a la mejor película extranjera "Una Mujer Fantástica" (2018), y el premio Eisner para el dibujante de Historieta, Gabriel Rodríguez por su obra "Little Nemo: Return

to Slumberland" (2015); los que por supuesto se suman a nuestros emblemáticos Premios Nobel: Gabriela Mistral y Pablo Neruda en el campo literario.

Durante el 2020 el sector creativo continuó su crecimiento exponencial. A nivel nacional se estima que generó el 2,2% del PIB, con una contribución del 6% de los empleos del país. En el campo de las exportaciones, registró cifras cercanas a los 80 millones de dólares y durante el 2020 ProChile organizó la participación en 74 actividades, entre las que destacaron: Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy (MIFA Annecy); Festival Internacional de Cine de Berlín (Berlinale); European Film Market (Audiovisual); Feria del Libro de Frankfurt (Frankfurt Book Fair); Feria Caravana Americana (Moda); BIME PRO (Música); Festival d'Angoulême (Narrativa Gráfica e Ilustración), feria de electrónica Gamescom (Videojuegos) y encuentro de negocios virtual Chile Connected (Audiovisual, Animación, Videojuegos y Música). Trabajo que en conjunto con el sector privado permitió la participación de más de 850 beneficiarios, con proyecciones de negocio de casi 12,2 millones de dólares.

• INNOVACIÓN ALIMENTARIA

El sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional, por su aporte al PIB, el que se estima alrededor del 4,7%. Este sector genera alrededor de 368.316 empleos directos en el país. La exportación del sector agroalimentos de Chile alcanzó en 2020 los US\$ 16.209 millones, concentrando el 47% del valor total de las ventas de bienes no cobre, con alrededor de 882 productos diferentes, que fueron a más de 185 destinos, siendo los principales: Estados Unidos (23,6%), China (17,6%) y Japón (10%).

A lo largo de los años, la cartera de exportaciones se ha basado principalmente en la particular geografía del país, lo que ha permitido generar una gran riqueza productiva en condiciones únicas. En este contexto, el sector privado, apoyado por una política de Estado continua de fomento productivo y exportador, ha desarrollado un trabajo excepcional en la producción de una oferta agroalimentaria de reconocida calidad, con atributos transversales, como inocuidad, trazabilidad y garantía internacional.

El gran camino desarrollado como país, ha generado un espacio para el impulso de una nueva oferta en torno al sector agroalimentario, en línea con los cambios y nuevas tendencias de consumo internacional, utilizando el gran potencial y diversidad geográfica del país como productor de alimentos para la creación de innovación.

Los consumidores de acuerdo con sus niveles de educación y el grado de desarrollo de sus economías han modificado su alimentación y sus tendencias de consumo. El consumidor actual se ha vuelto altamente exigente; sumado a esto la expansión de la pandemia ha profundizado esta evolución, la población hoy se inclina por alimentos elaborados con altos estándares de calidad e inocuidad, trazables, saludables, sostenibles y que contribuyan al bienestar y cuidado de la salud.

En este contexto, el desafío permanente de diversificar la matriz productiva hacia productos con alto valor agregado para hacerla más competitiva ha llevado a ProChile a establecer la Innovación Alimentaria como uno de sus sectores priorizados.

Se entiende por Innovación Alimentaria, aquella oferta de productos más diversificada, sofisticada,

altamente escalable y competitiva. Donde se encuentran categorías como: Food Tech, Aditivos Especializados, Alimentos Fortificados, Alimentos "Libres De", Ingredientes Funcionales y Suplementos Alimenticios.

ProChile ha identificado 139 empresas asociadas a la Innovación Alimentaria, se estima que las exportaciones chilenas de alimentos con algún grado de innovación fueron de US\$ 382 millones a octubre del 2020 (aumento de un 8,1% respecto igual periodo 2019) y que uno de cada 34 dólares exportados de alimentos corresponde a productos con innovación (el 2,9%).

Entre el 1º y 11 de diciembre 2020, se llevó a cabo la Enexpro Innovación Alimentaria, encuentro exportador dedicado a una oferta de productos y servicios más diversificada, sofisticada, altamente escalable y competitiva. Contó con una extensa agenda de talleres, para abordar la sostenibilidad, inocuidad e innovación en el sector alimentario, entre otros. La iniciativa reunió a más de 149 exportadores nacionales con 138 importadores de 33 mercados. En total se realizaron 523 reuniones con una proyección de negocios de 105 millones de dólares.

• **SOSTENIBILIDAD**

Con el objetivo de fortalecer la competitividad de nuestras empresas y mejorar el posicionamiento de Chile en los mercados internacionales ProChile definió dentro de sus focos estratégicos promover una canasta exportadora de alto valor, diversa, inclusiva y sostenible.

En este sentido, ProChile durante el año 2020 creó orgánicamente el Subdepartamento de Sostenibilidad, que cumple un rol transversal

de validación técnica en todas las iniciativas y materias relacionada con el triple impacto, además de convocar y aunar a diversos sectores a trabajar por un horizonte común: hacer de Chile un país sostenible.

ProChile apoya a empresas exportadoras en su camino hacia la diferenciación, a través de difusión y promoción de la incorporación de atributos de sostenibilidad en sus procesos productivos. En ese sentido, el 2020 el servicio definió como una de sus acciones prioritarias la aplicación de un test de sostenibilidad, para apoyar a las empresas en su autodiagnóstico y definición de estrategias sobre sostenibilidad.

Durante el 2020 más de 700 empresas beneficiarias realizaron el test, lo que entregó una línea de base o resultados muy importantes en cuanto a la gestión de la oferta exportable. De las principales conclusiones se pudo destacar el interés que existe por parte de las empresas en incorporar políticas sostenibles en su quehacer. Si bien el nivel de gestión es inicial, están dispuestas a transitar hacia modelos de triple impacto.

Asimismo, se puede señalar que el sector más avanzado es el agroalimentario, lo que se explica en cierta forma, por las exigencias que tiene esta industria en los mercados internacionales. En economía creativa el avance de estas empresas es básico; mientras que en servicios e industrias 4.0 están las empresas que menos gestión de sostenibilidad contemplan.

Dentro del período, además, con el objetivo de aportar a un diálogo que permitiera levantar las necesidades del sector, identificar patrones y generar iniciativas concretas para la promoción de exportaciones sostenibles, a petición del sector

privado y los gremios, ProChile estableció la primera mesa de trabajo para el sector agroexportador, instancia público-privada, dedicada a relevar los atributos sostenibles de sus exportaciones y empresas.

Este foco estratégico contempló la realización de los siguientes eventos:

Evento Chile Connected

Encuentro de negocios virtual realizado entre el 19 de octubre y el 18 de noviembre para consolidar a Estados Unidos como mercado de destino para productos y servicios chilenos innovadores y de alto valor agregado, tales como industrias creativas, tecnología, alimentos saludables y empresas lideradas por mujeres. El programa incluyó reuniones de negocios B2B y paneles de alto nivel para conversar sobre las mejores prácticas, casos de éxito y cómo hacer negocios.

Empresas participantes	403
Importadores	186
Exportadores	217
Reuniones concretadas	638
Proyección de negocios	US\$ 9.368.588
Talleres/Webinars	24 (1.032 conectados)
Plataformas	Eventtia, Meettomatch, Koyag

Foros internacionales virtuales

Desarrollados para posicionar a ProChile como entidad referente en términos técnicos del comercio internacional.

Se realizaron 5 foros internacionales, en mercados como Asia, Europa y Latinoamérica, principalmente del sector de tecnologías, enfocados en generar alianzas estratégicas entre Chile y estos mercados además de levantar información de nuevas tendencias comerciales generadas por el COVID19.

Nombre Foro	Zona Geográfica	Nº de Participantes
Transformación Digital Post-Pandemia: Entorno empresarial en Asia al 2030	Asia	306
ProChile conecta a las Mujeres Empresarias	América del Sur	267
Perspectivas y Oportunidades de la Economía Digital Post Covid-19	Centroamérica y El Caribe	334
Nuevas Tendencias post Covid 19	Europa	291
eCommerce en Norteamérica estrategia y aceleración	América del Norte	372

Seminario “Crisis Mundial del Coronavirus: Megatendencias y oportunidades en los mercados internacionales”

ProChile junto con el Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (Icare) realizaron en noviembre 2020 el seminario “Crisis Mundial del Coronavirus: Megatendencias y oportunidades en los mercados internacionales”, con el objetivo de analizar las megatendencias en que ha impulsado la pandemia del coronavirus y cómo afectarán el comercio exterior para los próximos años.

El encuentro fue inaugurado por el Ministro de Relaciones Exteriores, Sr. Andrés Allamand, quien destacó el rol de ProChile y su modernización como un ejemplo positivo de cómo el Estado puede adaptarse a nuevos desafíos y oportunidades.

Nombre	Nº de Participantes
Seminario Mega tendencias y Oportunidades de los Mercado	2.000

3. AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Como ya fue mencionado, ProChile trabajó con 5.739 empresas beneficiarias, de las cuales 2.091 fueron exportadoras, que representan el 36% de los exportadores de bienes y servicios no cobre a nivel nacional. Estas empresas generaron el 63% de los montos exportados a nivel nacional, y cerca de 386 mil puestos de trabajo.

Por su parte, la distribución sectorial de los beneficiarios exportadores 2020 fue la siguiente: Agropecuario (46%), Manufacturas (20%), Vinos (14%), Pesca y Acuicultura (11%), Forestal (4%), Servicios (4%), Minerales no cobre (1%).

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

	Clientes ProChile	No Clientes ProChile
Nº de mercados promedio	6.7	2.5
Cantidad de productos promedio exportados	5.5	3.5
Generación de Empleo	385.442	573.389
Nº de mercados promedio Pymex	3.3	1.9
Cantidad de productos promedio exportados por Pymex	3.7	2.5
Generación de Empleo por Pymex	25.094	35.038

Ruedas de Negocios Internacionales (eRuedas)

Las ruedas de negocios virtuales, tomaron un importante rol durante el año 2020, ya que unió los esfuerzos de ProChile por mantener y aumentar el comercio exterior, además de seguir conectando a las empresas chilenas con la demanda mundial en medio de la pandemia ocasionada por el COVID-19. Para lograr lo anterior, ProChile encontró apoyo en las plataformas digitales para la realización de estas eRuedas.

Número de eventos	30
Empresas Participantes	791 exportadores y 631 importadores
Sectores participantes	Servicios e Industrias, Agro&Alimentos y Economía Creativa.

Ruedas de Negocios Nacionales (Enexpres)

El circuito de Enexpres (Encuentros Exportadores) organizado por ProChile, que comenzó en el mes de mayo de 2020 y se extendió hasta enero de 2021, generaron auspiciosas proyecciones para la reactivación del país.

Número de eventos organizados	7
Empresas Exportadoras Participantes	1.150
Reuniones de negocios realizadas	3.000
Sectores participantes	Minería, Forestal, Innovación Alimentaria, Industrias Creativas, Servicios Tech, CEI (Ciudad, Energía e Infraestructura) y Productos del mar.

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.

o **Fondos Concursables Sectoriales:** apoyan la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2020, se asignó de acuerdo al siguiente detalle.

Sector	Gremios Beneficiados	Inversión (aporte público aprobado)
Silvoagropecuario	19	829.400.825
Industrias de Manufactura	1	7.092.000
Industrias Creativas	13	197.371.201
Servicios	6	48.447.500

o **Fondos Concursables Empresariales:** apoyan estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización. Durante 2020 se apoyó a un 56% de empresas exportadoras y un 62% PYMEX.

Sector	Empresas Beneficiadas	Inversión
Silvoagropecuario	120	285.582.192
Industrias de Manufactura	41	141.542.743
Industrias Creativas	45	98.499.849
Servicios	59	131.146.986

La distribución geográfica de los fondos concursables empresariales adjudicados para ejecución en año 2020 se detalla a continuación:

Región	Industrias	Economía Creativa	Servicios	Silvoagropecuario	Total Regional
Arica y Parinacota	-	\$14.809.289	\$ 6.228.240	\$ 11.590.200	4,97%
Tarapacá	\$ 2.579.500	-	\$ 9.000.000	-	1,76%
Antofagasta	-	-	-	-	-
Atacama	-	-	-	\$ 6.120.000	0,93%
Coquimbo	-	-	\$ 2.035.000	\$ 21.642.000	3,61%
Valparaíso	\$ 38.961.641	\$ 3.451.500	\$ 31.970.557	\$ 52.523.570	19,32%
Metropolitana	\$ 63.665.554	\$ 80.239.060	\$ 73.695.000	\$ 73.090.284	44,26%
Libertador Gral. Bernardo O'Higgins	-	-	-	\$ 58.524.504	8,91%
Maule	\$ 13.237.629	-	\$ 2.543.188	\$ 20.280.636	5,49%
Ñuble	-	-	-	\$ 15.632.940	2,38%
Biobío	\$ 10.927.997	-	\$ 5.675.000	\$ 11.081.981	4,22%
Araucanía	-	-	-	-	-
Los Ríos	\$12.170.422	-	-	\$ 9.315.078	3,27%
Los Lagos	-	-	-	\$ 3.081.000	0,47%
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campos	-	-	-	\$ 2.700.000	0,41%
Magallanes y La Antártica Chilena	-	-	-	-	-
Total general	\$ 141.542.743	\$ 98.499.849	\$ 131.146.986	\$ 285.582.192	100%

ProChile a Tu Medida

Programa creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación especialmente de las pymes exportadoras en el comercio internacional. Busca transformar a las empresas exportadoras incipientes e intermitentes en exportadoras continuas, además de aumentar sus exportaciones en volumen y/o valor y diversificar sus mercados de destino en el mediano plazo.

ProChile a Tu Medida comenzó como programa piloto en cinco regiones del país (Metropolitana, Valparaíso, Maule, Biobío y Los Lagos) y benefició a 25 empresas exportadoras. Para el año 2020 se aumentaron los cupos, incluyendo a todas las regiones del país y haciendo un especial llamado a las pequeñas y medianas empresas exportadoras.

Es así que se realizaron dos convocatorias, la primera beneficiando a 56 empresas pymex, y una segunda convocatoria dirigida a empresas liderada por mujeres, beneficiando a 10 empresas. En total se trabajó con aproximadamente 90 empresas en el programa, de las cuales 21 empresas corresponden al programa piloto y que se encuentran actualmente ejecutando sus planes de crecimiento exportador.

Servicios Integrados para la Exportación – SIEX

Servicios que considera la facilitación y aceleración del proceso de exportación y de internacionalización. Al trabajar el área de capacitación y de convenios, en 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 sostenible en el largo plazo.

El área de capacitación focalizó su trabajo en el rediseño e implementación de actividades en modalidad virtual (ciclos, mentorías y cursos) de manera de lograr una mayor cobertura y alcance a nivel nacional, integrando contenidos y expertos que apoyaran a las empresas en la adecuación de sus planes de negocios dada la situación de la economía global. Así, se priorizó el trabajo con sectores y mercados a fin de abordar las oportunidades comerciales desde el punto de vista de los procesos que deben enfrentar las empresas, potenciando resultados de corto plazo. Asimismo, se trabajó en materias específicas como e-commerce, ventas y marketing, certificaciones, entre otras, como también se desarrolló material de apoyo audiovisual, disponibles en el sitio web institucional.

Se implementaron 108 actividades de capacitación virtual, que implicaron 180 sesiones de trabajo con 2.423 empresas y 5.575 personas a nivel nacional, y una participación creciente de empresas exportadoras traducidas en 521 empresas.

Por otro lado, en el área de convenios, y considerando la necesidad de generar una red de contactos con facilitadores del comercio en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, se focalizó el trabajo en 2 tipos de convenios:

- a) Convenios de beneficio directo para las empresas beneficiarias de ProChile, con acceso por ventanilla. Las materias de estos convenios se concentraron en procesos logísticos, financieros, asesorías en gestión y capacitación. Los beneficios directos se traducen hoy en rebajas de tarifas de servicios, contraparte de contacto específico para las empresas, asesorías, entre otros. El número de convenios firmados llegó a 16.
- b) Convenios de apoyo a la gestión institucional que implica los vínculos formales de distintas áreas de ProChile con contrapartes de su ecosistema, facilitando y acelerando el desarrollo de las empresas. El acceso de las empresas es por convocatorias y programas especiales de las distintas unidades. El trabajo consideró además la implementación de una campaña en redes sociales, la difusión vía mailing de cada convenio y la realización de charlas formato vídeo que se impartieron a través de internet (webinars).

El total de empresas beneficiarias llegó a 1.298, esperando un crecimiento del número en función a la concreción de nuevos convenios, y la implementación de estos.

4. INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

A objeto de seguir potenciando la internacionalización de la innovación y el emprendimiento, se realizaron las siguientes iniciativas:

• **Go Global:** Durante 2020 se realizó la segunda edición del programa desarrollado en conjunto con CORFO, el que tiene por objetivo acompañar el proceso de instalación de 39 empresas chilenas, innovadoras y de base tecnológica en los mercados de Perú, Colombia, México o Estados Unidos (a través de Miami). Este proceso tuvo una duración de 8 semanas, en las que se entregaron herramientas para la generación de capacidades, conexiones internacionales, desarrollo comercial y vinculación con la industria en el mercado de destino.

• **Speed Mentoring:** Primera versión de nuestro Programa de Mentorías Internacionales, donde, a través de la vinculación, apoyo e insights de expertos del mercado, se busca acercar a las empresas con el país que quieren conquistar a través de diversos expertos del ecosistema de innovación de los mercados de Perú, Colombia o México.

En la versión 2020 participaron 15 empresas, las que tuvieron la oportunidad de realizar 4 mentorías cada una. Se concretaron 57 sesiones, sumando un total de 28 horas y media de feedback entre expertos y las empresas. El 87% de los participantes consideraron que la actividad fue de utilidad para su empresa y el 83% consideró que las Speed Mentoring agregaron valor a su estrategia de internacionalización.

• **Market Entry Series:** Dentro de las necesidades levantadas por las empresas, se identificó la falta de información sobre las oportunidades que presenta cada mercado, sus incentivos tributarios, barreras de entrada, forma y cultura de hacer negocios, entre otras. Es una carencia no suplida. Es por esto, que a través de las “Market Entry Series” se logró conectar a las empresas chilenas con stakeholders de los mercados de interés, mostrando experiencias de emprendedores, perspectivas de aceleradoras, centros de innovación abierta, embajadores y distintos actores que desde diferentes puntos de vista entregaron un relato global sobre un mercado en particular.

El 2020 se realizaron 15 sesiones, en mercados como Colombia, Estados Unidos, Canadá, España, Francia, Reino Unido, Francia, Suiza, entre otros, llegando a más de 800 personas entre los eventos del pasado año.

• **Plan Piloto:** Programa de apoyo en el proceso de instalación de empresas chilenas en los mercados de Perú, Colombia y México. El programa de pilotaje vincula la oferta nacional con su potencial cliente en el mercado de destino, a través de una prueba de concepto gratuita durante un tiempo determinado. El objetivo es que la empresa pueda validar comercial y técnicamente su producto/servicio en el país de destino, además de generar redes, alianzas y concretar acuerdos comerciales en dicho país. En su primera versión participaron 16 empresas en los mercados de Colombia, Perú y México.



• **Scaleup Bootcamp Toronto:** Scaleup Bootcamp es un programa de validación en el mercado canadiense que apoya a las startups a evaluar sus posibilidades reales de ingresar al mercado norteamericano, validar el modelo de negocios y otros supuestos. Participaron 3 empresas chilenas. Adicional a este programa hubo participación en el evento virtual MTL Connect realizado en Montreal el cual benefició a 11 empresas chilenas.

• **Web Summit:** Fue uno de los encuentros masivos más relevantes a nivel mundial en ámbitos de innovación, emprendimiento y tecnología, con la participación de más de 100.000 asistentes de alrededor de 150 países. Participaron más de 1.500 inversionistas, 2.500 startups y más de 2.000 periodistas que cubrieron el evento a nivel global.

En su versión 2020 fueron 30 empresas las beneficiadas con tickets de ingreso, además un grupo de stakeholders nacionales protagonizaron una de las masterclass del evento, instancia que fue realizada en colaboración con la Embajada de Chile en Portugal. Adicionalmente, la empresa The Not Co tuvo la posibilidad de exponer en formato key note speaker frente a los más de 2.500 asistentes gracias a la gestión realizada por ProChile.

CONSEJO DE INNOVACIÓN 2020-2021

Durante el año 2020, se realizaron 3 sesiones del Consejo Asesor de Innovación, las cuales tuvieron por objetivo recibir retroalimentación por parte de los consejeros y validar así las distintas acciones que genera el subdepartamento en torno a las necesidades identificadas de las empresas. De esta manera se busca poder acercarles las oportunidades que mercados extranjeros ofrecen para facilitar la expansión de estos negocios. Además, se compartieron con el Consejo los resultados obtenidos durante el año y se presentó la nueva estrategia, prioridades, herramientas de apoyo y mercados priorizados para 2021.

Este Consejo está compuesto por los siguientes miembros:

- **Carlos Honorato** – CEO de Alto Movup.
- **Christoph Schiess** – presidente en TANICA, IGneous y Endeavor Chile
- **Conrad Von Igel** – Director de Innovación en CCHC
- **Fernanda Vicente** – emprendedora, presidenta de Mujeres del Pacífico y Borad de ASELA.
- **Iván Vera** – Fundador y presidente Innspiral, Magical Startups y Turingo.
- **Wilson Pais** – Digital Native Companies Lead Latin America en Microsoft
- **Rocío Fonseca:** Directora Ejecutiva InnovaChile · Corfo
- **Sofía Ramírez:** Investment Associate en AgFunder

5. PROCHILE DIGITAL

Durante el 2020 ProChile continuó desarrollando la hoja de ruta de la estrategia de transformación digital institucional que comenzó el año 2018, y que se vio acelerada durante la pandemia. Con esto se buscó aumentar el apoyo a los usuarios con nuevos servicios digitales, así como también establecer los ejes de trabajo que sustentan la estrategia digital institucional.

Con el objetivo de ser, a fines del 2021, el primer servicio público en contar con un sistema de gestión 100% integrada de principio a fin en la relación con las empresas beneficiarias, ProChile definió 5 focos digitales con miras a fomentar el aumento y diversificación de las exportaciones y mejorar la experiencia de los beneficiarios y la gestión interna, acompañando este proceso con una transformación cultural que considera un plan de comunicación y gestión del cambio para una nueva cultura digital dentro del servicio.

A continuación, se indican las principales iniciativas para cada foco:

INTELIGENCIA DE MERCADO

Durante el 2020 y con el objeto de generar inteligencia comercial que permitiera mejorar la toma de decisiones estratégicas y la asesoría a beneficiarios, se desarrollaron las “Fichas estratégicas” que permiten analizar mes a mes los avances en las exportaciones regionales y en cada uno de los mercados prioritarios, junto con el avance en el cumplimiento de metas en cada una de las oficinas nacionales e internacionales. Así mismo, comenzó el trabajo del proyecto

“Datacom” que permitirá democratizar el acceso a información relevante de mercado y el cual será lanzado durante el 2021.

SERVICIOS DIGITALES PARA BENEFICIARIOS

Servicios que buscaban de manera digital entregar atención, información y oportunidades comerciales a los beneficiarios.

ProChile durante el 2020 desarrolló y lanzó la plataforma “One Click Import”, que buscaba administrar de manera eficiente las demandas de importadores identificadas en las oficinas comerciales. Esta herramienta permite la promoción proactiva de la oferta para la generación de oportunidades comerciales, disminuyendo los tiempos de respuesta a compradores internacionales.

Asimismo desarrolló el nuevo Centro de Ayuda en el sitio web, el cual permitió otorgar un servicio digital omnicanal de apoyo a las consultas de los usuarios. También se inició el desarrollo de las iniciativas de Biblioteca Digital y Aula Virtual y cuyo objetivo es apoyar el desarrollo de capacidades de los usuarios en el comercio internacional a través de material y herramientas de formación digitales y programas de formación continua en modalidad e-learning. y se inició el desarrollo de un minisitio que permitirá exhibir y promover en los mercados internacionales la oferta exportable nacional y sus empresas.

E-COMMERCE

El primer semestre del año 2020 se potenció el Marketplace ChileB2B, el primer marketplace público para exportadores nacionales, y con ello

generar contenido de información en el Exporta Digital. Se generaron dos eRuedas de negocios Chile B2B; tres en formato vídeo que se impartió a través de webinars de usabilidad; y 9 tutoriales formativos exportar digital. Durante el segundo semestre se trabajó en cambiar la estrategia del eCommerce en ProChile, pasando de un enfoque centrado en una plataforma de e-commerce (ChileB2B) hacia una estrategia que persigue apoyar de manera integral al cliente de ProChile para que logre ingresar, posicionar y desarrollar su oferta exportable en las diversas y más relevantes plataformas de e-commerce a lo largo del mundo. Esas acciones se dividieron en programas e-commerce, alianzas con marketplaces y actividades de formación y capacitación.

En el año 2020, Chile B2B alcanzó 1.193 exportadores y 892 Importadores, con un catálogo de más de 2.025 productos y 195 servicios, 22.080 visitas de 110 países.

PLATAFORMAS VIRTUALES PARA EVENTOS Y FERIAS

Producto de la cancelación de los eventos presenciales y del cierre de las fronteras, ProChile contrató plataformas virtuales que permitieron un apoyo integral en el desarrollo de eventos de promoción de manera virtual como ruedas de negocio y ferias virtuales.

HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA GESTIÓN

Continuando con la implementación del sistema Cero Papel iniciada durante el 2019, se trabajó en iniciativas para mejorar la gestión interna y servicios a los usuarios, como el proyecto de

“Diseño y arquitectura para la migración a CRM Microsoft Dynamics 365”, que se implementará durante el 2021 y cuyo objetivo es mejorar la capacidad de conectar oferta y demanda con una solución que contenga una visión integrada, que permita fortalecer la inteligencia comercial y medición de impacto para la toma de decisiones en tiempo real.

En esta línea también destacan los proyectos de Rendiciones en línea y el análisis para la implementación del nuevo ERP que se implementará más adelante.

CAMPAÑAS DIGITALES B2B Y B2C

Con el objeto de mantener el posicionamiento de Chile en el mundo, con un mensaje claro de que Chile continuó trabajando, produciendo y exportando sus alimentos de manera segura en este contexto de crisis sanitaria mundial, ProChile desarrolló 31 campañas digitales B2B y B2C, siendo las más importantes:

- o Campaña de Marketing digital en China, Japón, Taiwán y Corea.

- o Campaña digital en Fresh Hippo, el supermercado de mayor reputación en China en cuanto a valor agregado, el resultado fue un incremento en las ventas de productos chilenos de un 283% durante la campaña, de la cual formaron parte las manzanas, kiwis y paltas.

- o Acciones de promoción de productos chilenos en Tmall, JD.com y Suning en China, Naver en Corea, y Rakuten, Amazon y Yahoo en Japón.

6. EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES

ProChile se ha propuesto el objetivo de generar un comercio internacional más inclusivo, teniendo como uno de sus principales focos estratégicos el empoderamiento económico femenino en el ámbito exportador.

Es por eso que hace cinco años creó el programa Mujer Exporta, que contempla un conjunto de acciones diseñadas especialmente para impulsar, desarrollar y fortalecer el trabajo de empresas exportadoras o con potencialidad exportadora lideradas por mujeres.

A través de actividades de capacitación sobre los mercados internacionales y de promoción de sus bienes o servicios, Mujer Exporta busca incorporar activamente a estas empresas al comercio internacional, mejorando con ello los indicadores de equidad de género en el país.

Durante el año 2020 más de 1300 empresas fueron parte de las actividades de capacitación, promoción comercial y generación de redes.

Gracias a las redes internacionales con que cuenta la institución, se está en permanente búsqueda de alianzas estratégicas tanto nacionales como internacionales, entre las cuales destacan WeConnect International, CORFO, Ministerio de la Mujer, Cámaras de Comercio de otros mercados, entre otros.

7. PUEBLOS ORIGINARIOS

Con el propósito de generar un comercio internacional más inclusivo y apoyar el desarrollo económico se constituyó como foco estratégico

el trabajo con los pueblos originarios de Chile en el ámbito exportador coordinándose con las distintas áreas de la institución, con un total de 65 empresarios/empesarias que se encuentran trabajando de la mano de ProChile.

Desde el 2015 hasta la fecha, se han desarrollado iniciativas de apoyo a empresas de todo el territorio nacional destacando a los pueblos Aymara, Quechua, Diaguita, Rapa Nui, Mapuche y Kawesqár.

Asimismo, través del convenio con CONADI se avanzó en el programa de internacionalización mediante la implementación de un plan basado en la formación de capacidades, promoción internacional y asesoría personalizada en el proceso exportador con 19 empresas beneficiarias de pueblos indígenas de las regiones de Arica, Tarapacá, Metropolitana, Maule, la Araucanía y Los Lagos.

8. IMAGEN DE CHILE:

El trabajo de ProChile en este sentido es el de 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 en el país, que permitan fortalecer la Imagen de Chile, la atracción de inversión extranjera, el turismo y la inversión chilena en el exterior.

Durante 2020, producto de un trabajo colaborativo entre el sector público y privado, se desarrolló la campaña digital "Chile Cumple Contigo" - "Chile Keeps on Going For You", la cual tuvo mas de 150 millones de contactos, en los tres mercados foco : China, USA, Brasil. A través de esta promoción se buscó mantener la confianza de los importadores

y consumidores finales reforzando la imagen de Chile como proveedor de alimentos confiable y de calidad, transmitiendo la resiliencia de las personas en un contexto de crisis sanitaria mundial.

Los mensajes apuntaron a contribuir al posicionamiento del país en el exterior y ayudar a que el mundo siguiera prefiriendo los productos chilenos, reforzando la relación con los consumidores a través del compromiso, responsabilidad e identidad.

FERIAS INTERNACIONALES

Permiten el contacto con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión. Además, permiten conocer tendencias y potencialidad de productos en los distintos mercados.

Debido al contexto de la pandemia y sus restricciones, un gran porcentaje de las ferias planificadas para el año 2020, debieron ser ajustadas a la realidad mundial disminuyendo las ferias internacionales presenciales, pero sumándose un nuevo formato, ferias internacionales virtuales.

Es así que durante el año 2020 se participó en:

Número de eventos	23 ferias virtuales
Empresas Participantes	más de 300
Sectores participantes	En orden de participación: - Economías Creativas, - Agro&Alimentos - Industrias y Servicios.

MARCAS SECTORIALES

Programa de ProChile que apoya a los sectores productivos chilenos a fortalecer su posicionamiento internacional, a través del diseño e implementación de marcas sectoriales representativas de sectores productivos nacionales que contribuyan a la imagen de Chile en el exterior.

Este programa es un ejemplo elocuente de cómo los diversos sectores pueden trabajar conjuntamente para potenciar la imagen de Chile como proveedor confiable de productos y servicios en el mundo. Pero no sólo busca la asociatividad entre privados, sino que este programa exige el trabajo conjunto público-privado, lo que permite construir una marca paraguas para la promoción internacional de los sectores exportadores nacionales y que ésta sea sostenible en el tiempo.

Esta herramienta acompaña a las marcas desde su creación, las ayuda a identificar las características que las diferencian, a generar su relato y a elegir los mercados hacia donde llevar sus productos.

Se trata entonces de un trabajo de largo plazo, que además les permite a las marcas apoyarse en la reputación que ya tiene Chile como un país seguro y confiable.

Durante el 2020 se trabajó con 18 marcas activas, de las cuales 13 tuvieron proyectos vigentes, en los que participaron 10 gremios y 24 instituciones de educación superior. El trabajo de posicionamiento apuntó a 23 mercados internacionales, con foco en Estados Unidos, China y Brasil, donde las estrategias definidas se volcaron a acciones mayormente digitales, dado el contexto mundial de pandemia.

III.

ANTECEDENTES INSTITUCIONALES

1. DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

ProChile es un servicio público centralizado, dependiente del Presidente de la República, a través de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, al que le corresponde ejecutar la política que éste formule, relativa a la participación en el comercio exterior, de acuerdo a directivas impartidas por dicho Ministerio, en lo relativo a la promoción, diversificación y estímulo de las exportaciones de bienes y servicios.

Actualmente cuenta con una red de 16 oficinas regionales, quienes trabajan de la mano de empresas exportadoras mediante diversos instrumentos con el fin de fortalecer su capacidad exportadora, apuntando a un crecimiento de su presencia internacional y a nivel externo ha establecido una red de 57 oficinas, departamentos económicos y representaciones comerciales en las principales economías globales, con la intención de conectar la oferta exportable chilena con importadores idóneos para ella.

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

Visión: Contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

Facultades del Servicio

A ProChile le corresponde **ejecutar la política** que formule el Presidente de la República relativa a la participación en el comercio exterior, de acuerdo a directivas impartidas por el Ministerio en lo relativo a la promoción, diversificación y estímulo de las exportaciones de bienes y servicios.

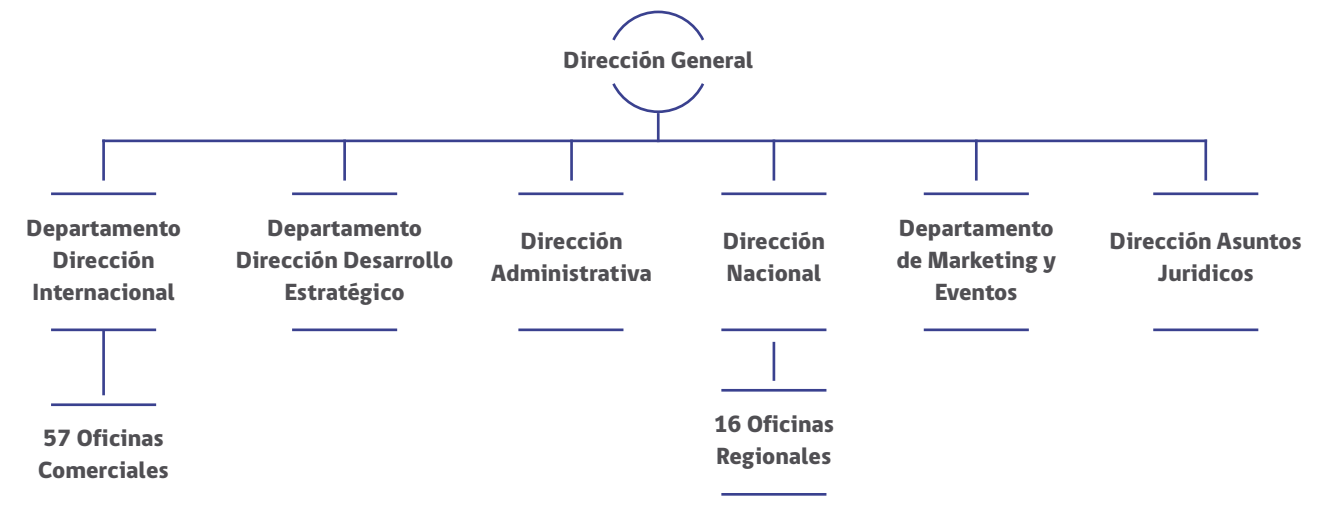
La ley 21.080, le otorga a ProChile, entre otras, las siguientes facultades:

- Estudiar, proponer y ejecutar todas las acciones concernientes a la participación de Chile en el comercio internacional.
- Promover, facilitar y colaborar con el desarrollo de las exportaciones, incluido el posicionamiento de la imagen de Chile en el exterior.
- Colaborar en promoción y difusión en el exterior del turismo y en la atracción de la inversión extranjera.
- Analizar integralmente la participación de Chile en el comercio internacional.
- Proporcionar información técnica a sectores público y privado.
- Apoyar a los inversionistas en el extranjero.

2. ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

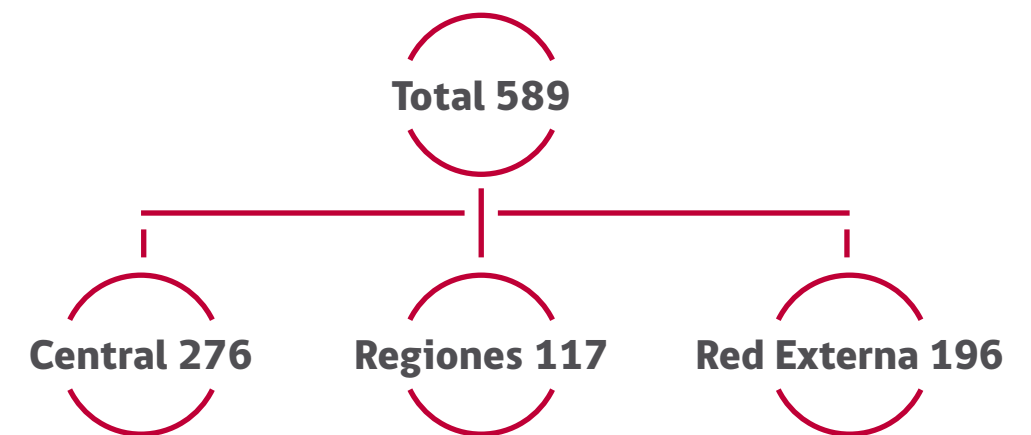
El Servicio durante el año 2020 orgánicamente estuvo compuesto por una Dirección General, de la cual dependen las siguientes Direcciones Nacional, Asuntos Jurídicos, Administrativa; y los Departamentos Dirección de Desarrollo Estratégico, Internacional y de Marketing y Eventos.

Específicamente la Dirección Nacional, estableció tres subdirecciones: sectorial; regional; innovación y competitividad.



3. DOTACIÓN DE PERSONAL

En 2020 el equipo de ProChile fue integrado por 589 personas, según la siguiente distribución geográfica.



Principales Autoridades en el año 2020

CARGO	NOMBRE
Director General	JORGE O'RYAN SCHÜTZ
Directora de Asuntos Jurídicos	PAULINA VALDERRAMA ARAVENA
Director Administrativo	HUGO CORALES COFRÉ
Directora Nacional	LORENA SEPULVEDA VILLA
Jefa Departamento Dirección Internacional	CAROLINA VASQUEZ MUÑOZ
Jefe Departamento Dirección de Desarrollo Estratégico	MARCELO SOBARZO ANENTO
Jefe Departamento Dirección de Marketing y Eventos	JOSÉ ARIAS SALAS

4. CONFORMACIÓN DE LA SUBDIRECCIÓN DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD

A comienzos del año 2020 se institucionalizó la subdirección de innovación y competitividad para agrupar el trabajo en desarrollo de la estrategia de mediano - largo plazo. Es responsable del diseño de programas institucionales que aceleren la internacionalización de empresas nacionales con oferta exportable actual y potencial de bienes y servicios con foco en la innovación, emprendimiento, género, pueblos originarios, comercio electrónico y sostenibilidad, además de apoyar su implementación.

De esta Subdirección dependen las siguientes áreas:

Subdepartamento de Sostenibilidad: Encargado de diseñar y apoyar la implementación de programas que permitan incorporar en el sector exportador las tendencias y requerimientos internacionales en materia de sostenibilidad.

Subdepartamento de Ecommerce: Encargado de diseñar e implementar una estrategia de comercio electrónico exportador, que contribuya a la gestión comercial de las empresas de bienes y servicios, especialmente en los ámbitos de formación y promoción.

Subdepartamento de Innovación: Encargado de diseñar y apoyar la implementación de programas que permitan la internacionalización de emprendimientos de alto impacto, así como, el reconocimiento internacional de Chile como hub regional de innovación y emprendimiento.

Subdepartamento Género y Pueblos Originarios: Encargado de diseñar y apoyar la implementación de programas que permitan la Internacionalización de empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres, así como, provenientes de pueblos originarios

5. PRESUPUESTO

El presupuesto de ProChile en 2020, según ley vigente, fue de MM\$ 42.185.242. La ejecución presupuestaria alcanzó un 91.3%.

6. INFORMACIÓN A LA CIUDADANÍA

La interacción con la ciudadanía es un factor importante en el quehacer del Servicio, por esto se han abordado con la oportunidad y responsabilidad 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. A continuación, se resume el resultado de esta interacción:

SISTEMA INTEGRAL DE ATENCIÓN CIUDADANA

OIRS	Número de Atenciones Respondidas	118
Transparencia	Número de Solicitudes Respondidas	120
Lobby	Número de Audiencias Recibidas	59
	Número de Audiencias Publicadas	16
	Número de Viajes Publicados	65
	Numero de Donativos Publicados	20

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

Visitantes	Usuarios que han iniciado al menos una sesión durante el periodo	386.362
Visitas	Número total de sesiones que se han realizado durante el periodo	669.207
Nuevas visitas	Número de usuarios nuevos durante el periodo	382.678
Páginas vistas	Número total de páginas vistas; las visitas repetidas a una misma página también se contabilizan	2.640.569

REDES SOCIALES

Facebook	Fans	32.118
Youtube	Suscriptores	1.680
Instagram	Seguidores	13.460
Twitter	Seguidores	84.226
Linkedin	Seguidores	33.489



7. COMPROMISOS MINISTERIALES

Durante 2020 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 en los 5 compromisos, ejecutando un 88% en su totalidad. Las restantes etapas están planificadas para el año 2021.

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).

Durante el 2020, el PMG fue cumplido en un 96,66% y los otros dos instrumentos en un 100%.

IV.

METAS Y DESAFÍOS INSTITUCIONALES 2021

El contexto actual nos obliga a mantener lineamientos del ajuste estratégico de 2020, poniendo los esfuerzos en la reactivación económica y en las oportunidades que enfrentarán las exportaciones de Chile en el contexto de la cuarta revolución industrial.

La urgencia que impone la crisis económica global impone desafíos enfocados en lo inmediato y corto plazo, como son asegurar que las exportaciones jueguen un rol activo en la reactivación económica; y en el mediano y largo plazo, dar continuidad a la transición del comercio exterior chileno, trabajando en el posicionamiento y la internacionalización de una oferta competitiva, basada en la inclusividad, la sostenibilidad, la digitalización y la innovación, con los servicios en el centro de la matriz exportadora.

Visión a corto plazo: Contempla ser activos contribuyentes en la reactivación económica a través de la promoción del comercio internacional, focalizando el trabajo en 18 mercados prioritarios y el trabajo con empresas exportadoras.

Para el período 2021, se priorizaron 18 mercados, 10 de ellos responden al volumen de exportación de cada uno de ellos, por lo que tiene directa relación con el objetivo N°1 a corto plazo que es contribuir a aumentar el intercambio comercial y con ello contribuir a la reactivación económica.

Visión a mediano y largo plazo: Consiste en promover el agregar valor en la oferta exportable chilena, que se relaciona con el mundo de la innovación, servicios e industrias creativas. En este contexto se priorizaron 8 mercados en base a las oportunidades comerciales que representan en estos sectores.

A lo anteriormente expuesto, la Planificación 2021 integrará todas las facultades otorgadas por la ley de modernización, dentro de las que destacan: posicionamiento Imagen País, atracción de inversiones y apoyo al turismo:

Imagen País: esta gestión es estratégica para posicionar y asociar una oferta de bienes y servicios de calidad a la marca "Chile", que permita asociar estos atributos reconocidos en la oferta tradicional - como vino, fruta fresca y salmónes- a otras que tienen menos reconocimiento o que están intentando penetrar nuevos mercados, como lo es el caso de nuestro ecosistema de innovación o de las energías renovables no convencionales.

Para cumplir con este objetivo, y entendiendo el impacto que la marca país tiene para efectos de la reactivación económica, ProChile trabajará en materias de posicionamiento entre consumidores e importadores y con eso favorecer el impacto en competitividad, así como apoyo para la atracción de inversiones en un ambiente global que será considerablemente más competitivo que en años anteriores.

Para lo anterior, se considerarán las herramientas tradicionales como ferias versión 2021 donde la propuesta considera la organización de 6 ferias virtuales de ProChile.

En cuanto al Programa Marcas Sectoriales, este 2021 se continuará trabajando con los sectores para lograr que todas las marcas incorporen a sus logos el uso completo del logo de la “marca Chile” (palabra Chile, con la tipografía y las estrellas del isotipo) o bien el isotipo de Chile con el slogan “Creating Future” propuesto por la FICH. Este trabajo implica la sesión de derechos de uso, a largo plazo, del logo Chile, por parte de Fundación Imagen de Chile a las asociaciones.

Como nueva herramienta de promoción se definió la campaña público - privada, denominada Unboxing Chile, en cuya primera etapa estará dedicada al sector agroalimentos, pero contemplará en etapas posteriores a otras industrias para lo cual se está trabajando en conjunto con las asociaciones ASOEX, Wines of Chile, Salmon Chile y Chile Pork. Esta iniciativa se basó en el éxito de la campaña Chile Keeps on Going for You, realizada en el marco de la pandemia.

Los eventos relevantes a realizar son:

EXPO DUBÁI

Primera Expo Universal que se realiza en la zona de MENASA (Medio Oriente, África y Sur de Asia) que se realizará entre el 1° de octubre 2021 y 31 de Marzo 2022, con el lema “Conectando mentes, creando el futuro”. Tendrá tres temas principales: Oportunidad - Movilidad - Sustentabilidad, las áreas de negocio definidas por los organizadores son: Seguridad Alimentaria y Logística; Sostenibilidad y Energías Renovables; e Innovación y Startups.

Este evento considera el potencial del mercado que para Chile significa acceso a 492 millones de consumidores vía Dubái y una economía regional de USD 3.409 millones, y el acercamiento al principal hub de negocios de medio oriente - Dubái, dado que:

- 70% de las empresas listadas en 500 Fortune tienen su sede regional en Dubái.
- Sus puertos y aeropuerto tienen una localización estratégica entre Asia, Europa y África.
- Posee más de 30 zonas francas donde empresas son 100% dueñas y están exentas de impuestos.
- Tercer aeropuerto mundial en movimiento de carga aéreo, 2.7 MMT movilizadas el 2017.

Considerando el contexto actual y la importancia de contribuir posicionando a Chile internacionalmente y generar nuevas oportunidades comerciales, la estrategia de participación fue orientada a generar en el pabellón nacional un centro de negocios.

El plan de actividades está orientado al cumplimiento de objetivos estratégicos, incluyendo diversificación de mercados y oportunidades comerciales, por lo que la propuesta de la promoción considera principalmente:

- Oferta exportadora y atracción de inversión en agroalimentos (seguridad alimentaria).
- Atracción de inversión en proyectos de Energías Renovables No Convencionales (ERNC) e Hidrógeno Verde.
- Innovación.

Chile participará en la zona de Movilidad con un pabellón de 600 m2 cuya construcción del está financiada con fondos presupuesto público año 2019.

PLAN PILOTO TURISMO

En el contexto de apoyo al turismo, y considerando que este sector ha sido particularmente golpeado por la crisis económica generada por la pandemia, se busca apoyar la estrategia de la Subsecretaría de Turismo y de SERNATUR de cara a la post pandemia, haciendo gestión desde la red externa para el posicionamiento de la industria nacional. Este trabajo abordará:

- Diseño de piloto en regiones con bajo potencial de crecimiento exportador y alto potencial en el desarrollo de capacidades en exportación de servicios turísticos, en coordinación con Sernatur y trabajo integrado con Oficoms.
- Gestión comercial de la red externa.
- Apoyo Sernatur en circuito de ferias (virtuales y presenciales).

Por lo anterior se contempla plan piloto con direcciones regionales y oficinas comerciales, de acuerdo al cumplimiento de metas principales de apoyo y promoción de exportaciones para apoyar la promoción del turismo (considerando especialmente impacto de la pandemia en canal horeca y su importancia en nuestra economía) y la atracción de inversiones.

PLAN PILOTO ATRACCIÓN DE INVERSIONES

En el caso del apoyo a la atracción de inversiones, el esfuerzo se destinará en 4 planes de trabajo:

- Potenciar el trabajo que se ha estado realizando con InvestChile a través de la cobertura de la red externa y que cuanta con 5 mercados priorizados por dicha entidad.
- Iniciar el diseño de la estrategia de Cadenas Globales de Valor y Encadenamiento Productivo que busca potenciar la atracción de inversiones y la transferencia de tecnología y talento, aumentar el comercio intrarregional, fortalecer la asociatividad de empresas con capacidad exportadora con empresas nacionales que pueden ser proveedoras de insumos (ejemplo convenio con Subsecretaría de Defensa y potencial para empresas de los gremios industriales). Se definirán formas de apoyo desde la red regional para aprovechar las oportunidades de inversión en las regiones.
- Continuar el trabajo con el Ministerio de Energía en la implementación de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde apoyando activamente a través de las oficinas comerciales de la red externa que ha participado en la captación de inversiones para el desarrollo de proyectos de Energías Renovables No Convencionales (ERNC), transferencia y desarrollo de tecnologías, así como búsqueda de acuerdos comerciales tempranos para asegurar la demanda futura.
- Posicionamiento y atracción de inversiones en sectores estratégicos, como la minería del futuro del cobre y la Minería No Metálica (explotar potencial como proveedor global de litio).

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

ProChile ha definido el año 2021 como el año de la consolidación de la transformación digital del servicio, proceso que se inicia el año 2018 y que durante el 2021 involucra incorporar la migración del CRM y seguir desarrollando los 5 focos definidos:

- i. Inteligencia de mercado, con un data warehouse y la implementación y capacitación de funcionarios en el uso de herramientas de visualización y análisis de datos (convenio con Servicio Nacional de Aduanas).
- ii. Plataforma de eventos y capacitaciones virtuales: ruedas de negocios y ferias virtuales, además de un aula virtual para exportadores en distintas etapas según la situación de la empresa.
- iii. E-commerce: inserción en grandes marketplaces: AMAZON / JD / TMALL, entre otras.
- iv. Servicios digitales para clientes: incluirá un sistema de rendición en línea para empresas que se adjudican fondos y concursos; una operadora virtual; sistema de autodiagnóstico; biblioteca digital; nuevo sitio web; sistema "OneClick Import" (conecta la demanda de importadores directamente con exportadores).
- v. Herramientas digitales para la gestión: futura implementación de Zecompra, para flujos de compras en línea, ayudando a agilizar la gestión, ahorrando horas de trabajo y dando mayor transparencia y trazabilidad a los procesos. Además, de un panel de visualización de datos en tiempo real de Ejecución Presupuestaria y Proyecciones, para focalizar el gasto y garantizar los más altos niveles de ejecución.

Lo anterior se fortalece con la creación en enero del año 2021, del Comité Estratégico de Transformación Digital.



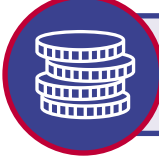


METAS 2021

Para el año 2021, ProChile se propuso apoyar a 2.500 empresas exportadoras. De este grupo, 1.100 empresas corresponderán a PYMEX.

Desafíos en términos de metas:

- Adopción transversal de la institución para el uso de la data en la gestión comercial, diseño de herramientas e implementación de programas y actividades.
- Consolidación del trabajo de ProChile en la promoción de un comercio más inclusivo (mujeres y pueblos originarios) y competitivo (sostenibilidad e innovación).
- Diseño de métricas que permitan medir el impacto de la promoción de exportaciones en áreas emergentes como Servicios, Industrias Creativas, Innovación y Sostenibilidad.
- Fortalecer las alianzas público - público para focalizar los recursos y aumentar la eficiencia del gasto público en el proceso de la internacionalización. Para esto se ha propuesto implementar un plan de trabajo colaborativo junto con Cancillería y las Embajadas, los Ministerio de Agricultura, Minería, Economía y Cultura, Corfo, Servicio Nacional de Aduanas, etc.

En términos numéricos las metas de ProChile de cara al año 2021 son:

	2018	2019	2020	2021	2023
 EXPORTADORES	28% 1.853	30% 1.977	35% 2.059	40% 2.500	45% 2.925
 PYMEX	26% 806	34% 1.002	39% 968	42% 1.100	60% 1.740
 EXPORTACIONES FOB US\$MM	55% US\$19.914	57% US\$19.632	63% US\$18.430	66% US\$22.000	75% US\$26.250
 EMPLEO	438.382	410.000	385.070	430.000	497.327
 ROI	N.M.	N.M.	424	488	521



ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES



CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA GESTIÓN 2020

DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Mayo 2021

WWW.PROCHILE.GOB.CL