



ProChile

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES



Contenidos

Presentación	2
Introducción	3
I. RESULTADOS DE GESTIÓN 2022	4
II. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	31
III. RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA	42
IV. ESTRATEGIA 2023	45
V. ANEXO: PREGUNTAS Y COMENTARIOS	58

Presentación

ProChile es la institución dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores que promueve la oferta exportable de bienes y servicios chilenos en el mundo. Además, contribuye en la difusión de las oportunidades para invertir en Chile y fomentar el turismo.

Como ente ejecutor de la política comercial exterior de nuestro país, ha contribuido a aumentar las exportaciones, su diversificación, así como el número de empresas exportadoras a través de diversos instrumentos.

La ruta trazada tiene como destino el desarrollo sostenible del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas y la promoción de bienes y servicios, para el impulso de la diversificación de las exportaciones, la atracción de la inversión extranjera y del turismo, así como el fortalecimiento de la imagen país, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

ProChile pone al servicio del país todo el conocimiento e información necesarios para facilitar y acompañar el proceso de internacionalización de

las empresas exportadoras, y aquellas con potencial exportador. Siguiendo los objetivos delineados por el Gobierno, busca intensificar el fomento productivo y el trabajo asociativo entre las empresas, involucrando a los sectores público y privado para aportar al crecimiento y desarrollo del país.

Las líneas de acción se orientan con miras a:

- Potenciar a empresas proveedores de servicios de las grandes industrias exportadoras de Chile (Proveedores: Acuícolas, Agro, Forestal, Mineros).
- Lograr constancia en la exportación de servicios, incorporando valor agregado que tenga un impacto en su aporte al PIB nacional.
- Diversificar canasta exportadora de Chile, incorporando valor agregado que tenga un impacto en su aporte al PIB nacional.
- Capacitar a empresas: para enfrentar mercados competitivos y comprender el proceso exportador de servicios (4 modalidades de acuerdo a OMC).





Introducción

ProChile, el servicio público encargado de la promoción de las exportaciones nacionales en el mundo cumplió 48 años trabajando para posicionar la imagen de nuestra oferta exportable a nivel internacional, así como a sus empresas, productos y servicios.

El trabajo realizado ha sido en base a focos estratégicos que han contemplado el aumento y diversificación de las exportaciones, la relación con regiones y sus Pymes; la innovación y el valor agregado; la sostenibilidad y el comercio inclusivo a través del trabajo con empresas lideradas por Mujeres y de Pueblos Originarios; el fortalecimiento de la imagen de Chile, la inversión y el turismo, siendo el organismo público líder y de vanguardia que apoya a las empresas chilenas de todos los tamaños en su internacionalización.

A lo largo de estos 48 años, la composición de las exportaciones ha evolucionado sumando sectores y productos con valor agregado. Durante el 2022, las exportaciones chilenas ascendieron a US\$ 95.955 millones lo que significó un aumento del 9% respecto al 2021. En cuanto a las exportaciones (bienes y servicios) no cobre alcanzaron los US\$51.510 millones, es decir, 33% más respecto a igual periodo que el año anterior, logrando los beneficiarios de ProChile exportaciones no cobre por US\$ 41.178 millones, lo que representó el 82% del total exportado por el país en 2022.

Asimismo, en estos 48 años el valor de las exportaciones no cobre de Chile se ha multiplicado 101,7 veces, lo que da cuenta de un trabajo coordinado entre

el sector público y privado, y el impacto que han tenido los acuerdos comerciales en las condiciones de acceso a los mercados mundiales, que le han entregado al país mejores posibilidades para ofrecer sus productos y servicios al mundo.

Las empresas que trabajan con ProChile tienen mejor desempeño que aquellas que aún no utilizan a ProChile como socio estratégico. Hace 48 años, 50 empresas decidieron contar con ProChile como socio estratégico para sus exportaciones. Al 2022, son 5.925 las empresas de diversos tamaños las que confían en la gestión y apoyo de ProChile para conquistar el mundo.

La evolución de los beneficiarios de ProChile está directamente relacionada al desarrollo que han tenido los diferentes sectores exportadores del país. Así, por ejemplo, en 2010 teníamos 756 empresas beneficiarias del sector agroalimentos; con el desarrollo y crecimiento del sector, ProChile fue aumentando su apoyo y en 2022 tuvo 2.931 empresas beneficiarias en este sector.

ProChile ha decidido poner en el centro de su gestión a las Pequeñas y Medianas empresas porque son el motor de la economía del país. En 2022 trabajamos con 1.197 beneficiarios exportadores de menor tamaño, alcanzando una cobertura del 44%. Estas empresas exportaron US\$ 1.296 millones, un 70% del total enviado por las Pymes exportadoras del país. Nuestro desafío es dentro de los próximos años trabajar con un mayor número de estas empresas.

1- Cifras excluyen mercancías especiales y región 20.

01

RESULTADOS DE GESTIÓN 2022



I

RESULTADOS DE GESTIÓN 2022

ProChile apoyó a 2.668 empresas exportadoras, lo que representa un aumento del 5% respecto a las empresas apoyadas el año anterior. Este número indica que ProChile trabaja con el 41% del total de las empresas exportadoras del país, evidenciando la oportunidad que tiene la Institución para seguir entregando acompañamiento a más empresas.

Las 2.668 empresas exportadoras beneficiarias realizaron envíos por US\$ 41.178 millones, el 82% del total exportado por el país en 2022. Además, estas empresas generaron 513.421 empleos.

De estas empresas, 1.197 son pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymex), que corresponden al 44% del total de Pymes exportadoras del país. Estas empresas exportaron US\$ 1.296 millones y generaron 28.507 empleos.

Del total de empresas beneficiarias en 2022, el 67% se ha mantenido exportando por más de 3 años consecutivos, así también, el 64% de los beneficiarios aumentaron sus exportaciones respecto al 2021.

En términos generales, las empresas que apoya ProChile tienen un mejor desempeño exportador. Las empresas beneficiarias exportan a 6 mercados promedio versus los 2 mercados a los que llegan las no beneficiarias, además, estas empresas exportan en promedio 5 productos, versus 4 las no beneficiarias.

Estos buenos resultados requieren del apoyo y coordinación de toda la Institución, es por esto que, durante el 2022, al igual que en años anteriores, se midieron diferentes indicadores a nivel: Institucional, Macrosectorial, Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales, con el fin de poder evaluar los procesos, acciones y estrategias implementadas en apoyo a las empresas de nuestro país.

Complementando lo anterior, para el año 2022 se amplió la medición de resultados a las unidades transversales de la Institución: Sostenibilidad, Innovación, Empresas Lideradas por Mujeres, Pueblos Originarios, e-Commerce y Cadenas Globales de Valor, permitiendo medir los resultados y contribución a la gestión de ProChile.

¿Cuál es la caracterización de las empresas exportadoras beneficiarias 2022?

- El 61% de los beneficiarios exportadores pertenecen al macrosector de Agroalimentos, con el 50% de los montos exportados por nuestros beneficiarios. Dentro de los otros macrosectores existe la siguiente distribución en cuanto a beneficiarios exportadores: 20% de beneficiarios en Industrias 4.0 con el 49% de montos exportados a nivel nacional; 13% de beneficiarios en Servicios con alrededor de 1% de los montos exportados a nivel nacional; para finalizar con un 5% de beneficiarios en Economía Creativa con menos del 1% en montos exportados a nivel nacional.
- Del total de beneficiarios exportadores, el 45% son empresas Pymex y el 40% son grandes. El 15% restante representa a empresas micro o sin información de su tamaño.
- Los principales destinos de exportación de las empresas beneficiarias fueron China, Estados Unidos, Japón, representando en conjunto el 58% de los montos exportados (US\$23.725 millones).
- Las regiones con mayor cantidad de beneficiarios exportadores son las regiones Metropolitana, Valparaíso y Maule las que concentran el 63%, mientras que los mayores montos exportados se encuentran en las regiones Metropolitana, Antofagasta y Los Lagos, con el 60%.



Resultados por Foco Estratégico

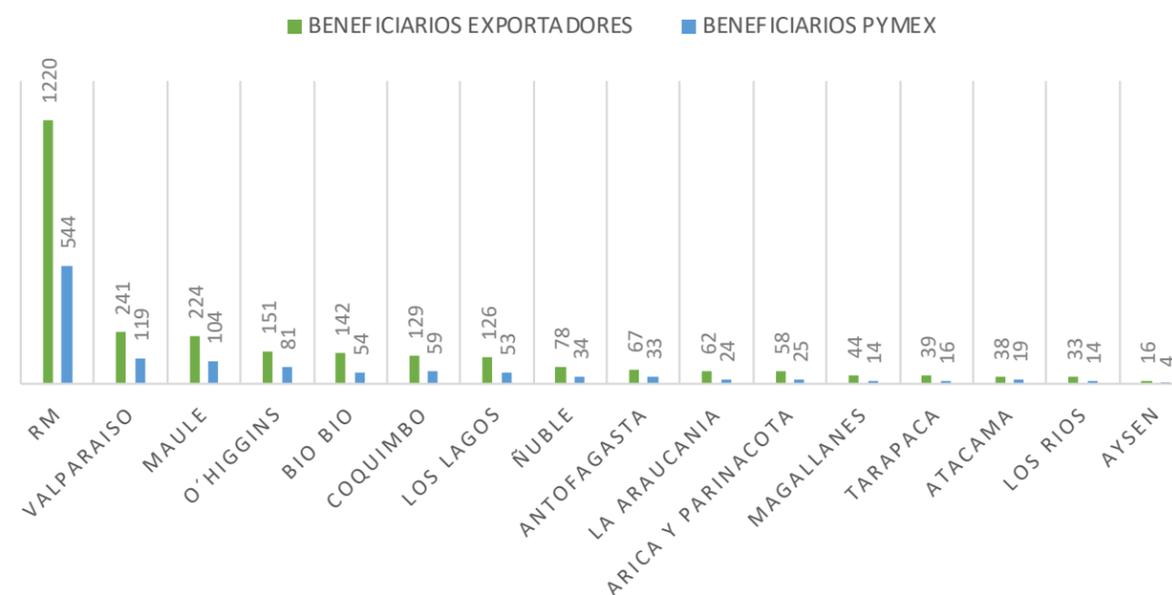
1. Región y Pymes

Durante el 2022 se trabajó en la articulación de un Plan de Internacionalización por región, que nos permitió posicionar a ProChile en un actor relevante en el ecosistema regional. Cada una de las regiones cuenta con oferta con valor agregado e innovadora que es necesario segmentar para identificar las herramientas apropiadas para su internacionalización. Este plan contempló no sólo visualizar la oferta de valor regional, sino también las posibles áreas en las que se requiera invertir para potenciar las exportaciones regionales, por lo que el trabajo con entes públicos y privados tuvo gran relevancia.

Año tras año ProChile ha sumado a su trabajo un mayor número de empresas de tamaño Pyme con calidad de exportadora. Aumentando en comparación al 2021 un 6%, terminando el 2022 con 1.197 empresas beneficiarias Pymex, siendo tres regiones donde se encuentran mayoritariamente estos beneficiarios: 45% Región Metropolitana, seguidas por un 10% de la Región de Valparaíso y 9% de la Región del Maule, pertenecientes principalmente al macrosector de Agroalimentos que aporta un 63%, a Industrias 4.0 un 17%, Servicios un 16% y Economía Creativa un 4%.

De estas Pymex, 849 tienen una continuidad exportadora de 3 años y provienen en su mayoría de las regiones Metropolitana (44%), Valparaíso (11%) y Maule (13%). Además, el 64% de estas Pymex aumentaron sus exportaciones en 2022 respecto al 2021, gracias al apoyo institucional. Los principales destinos fueron los mercados de Estados Unidos (20%), China (18%) y Canadá (7%).

Distribución Regional de Beneficiarios Exportadores y Beneficiarios Pymex 2022



De acuerdo con la distribución por tamaño, las empresas beneficiarias exportadoras de tamaño Pymex corresponde a un 45% del total de las empresas atendidas en 2022, aportan con un 3% de los montos exportados y 28.507 puestos de trabajo. Le siguen las empresas Grandes (40%) que además concentran el 96% del monto exportado por las empresas beneficiarias y 513.521 puestos de trabajo.

Aporte regional empresas Pymex 2022

Región	Total Beneficiarios Exportadores 2022	Beneficiarios Pymex 2022	% Beneficiarios Pymex del total de Beneficiarios Exportadores 2022
O'HIGGINS	151	81	54%
ATACAMA	38	19	50%
VALPARAÍSO	241	119	49%
ANTOFAGASTA	67	33	49%
MAULE	224	104	46%
COQUIMBO	129	59	46%
RM	1220	544	45%
ÑUBLE	78	34	44%
ARICA Y PARINACOTA	58	25	43%
LOS RÍOS	33	14	42%
LOS LAGOS	126	53	42%
TARAPACÁ	39	16	41%
LA ARAUCANÍA	62	24	39%
BIOBÍO	142	54	38%
MAGALLANES	44	14	32%
AYSÉN	16	4	25%
	2.668	1.197	45%

La distribución sectorial de las empresas exportadoras Pymes apoyadas por ProChile se compuso de la siguiente manera: Agropecuario (46,7%), Pesca y Acuicultura (19,1%), Minerales (11,9%), Vinos (9,1%), Manufacturas (5,5%), Servicios (5,1%) y Forestales (2,6%).

En cuanto a los mercados de destino que lideraron según el monto exportado, fueron, Estados Unidos, China, Canadá con cerca de US\$585 millones, representando el 45% del total exportado para las empresas de este tamaño.

2. Aumento y diversificación de las exportaciones

El aumento de las exportaciones se ve reflejado en los resultados de nuestros beneficiarios, logrando exportar estos últimos años, US\$20.339 millones el 2020, US\$30.893 millones el 2021 y US\$41.178 millones el año 2022, aumentado casi un 33% con respecto al año anterior. Además, estas empresas obtuvieron un mejor desempeño exportador, tanto en los productos que exportan como en los mercados de destino a los cuales se dirigen, observando notorias diferencias entre las empresas que ProChile brinda sus servicios y las que aún no han comenzado su trabajo con nosotros.

Actualmente, ProChile dispone de una amplia red de contactos con facilitadores del comercio en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, que a través de alianzas estratégicas (29 convenios vigentes), contribuyen no solo a la internacionalización de las empresas, aumentando la competitividad y accediendo a mayores descuentos, sino que estas mismas ventajas permiten que lleguen a nuevos mercados, a través de los aranceles prefe-

renciales ofrecidos, en servicios logísticos, plataformas de comercio electrónico, servicios financieros, plataformas de innovación, certificaciones y capacitaciones.

En un trabajo constante, durante el 2022 se buscó mejorar las herramientas tradicionales, identificando nuevos compradores para nuestra oferta exportable, perfeccionando el match entre las partes, generando más y mejores resultados a las empresas exportadoras y diversificando sus mercados. También fue necesario realizar una mejor segmentación de las empresas para ofrecer servicios más específicos y a la medida de nuestros beneficiarios, así como para fortalecer el trabajo realizado en e-Commerce con la finalidad que más empresas puedan participar del comercio internacional.

Para cuantificar el aumento y diversificación de las exportaciones, se muestra el cuadro comparativo entre las empresas beneficiarias de ProChile y las empresas que aún no trabajan con nosotros. Ahí se observa que se obtienen mejores resultados al tener a ProChile como un aliado estratégico en la promoción de las exportaciones, mejorando considerablemente los mercados y/o productos promedio a los cuales se dirigen estas empresas.

Desempeño Exportador Beneficiarios ProChile 2022

Región	Beneficiarios ProChile	No Beneficiarios ProChile
Mercados Promedio	6	2
Productos Promedio	5	4
Empleo	513.421	367.176

A continuación se presentan algunas de las herramientas con las que ProChile contó el 2022 para potenciar el aumento y diversificación de las exportaciones, promoviendo la oferta de bienes y servicios chilenos al mundo, potenciando así a las empresas

nacionales a ser parte del comercio internacional. Entre estas iniciativas se encontraron los Encuentros de Negocios, Circuito de Enexpors, Fondos Concursables y Servicios Integrados para la Exportación (SIEX).

Encuentros de Negocios

Estos encuentros permitieron fortalecer las relaciones comerciales entre Chile y los demás países, pudiendo generar oportunidades de negocio, alianzas estratégicas y un perfecto match entre la oferta y demanda de las empresas participantes.

Algunos encuentros del año 2022 fueron:

Encuentro de Negocios Chile – Colombia

fue realizado entre el 30 de agosto y 1 de septiembre de 2022, en Bogotá, con el objetivo de contribuir al fortalecimiento de las exportaciones de Chile hacia este mercado, considerando sectores que están posicionados como los Alimentos y Bebidas (frutas frescas, secas y deshidratadas; pescados y mariscos; cereales), Industrias 4.0 (envases y embalajes), Servicios (Fintech) y Turismo, principalmente, así como nuevos productos que están en proceso de consolidación como: innovación alimentaria, productos gourmet, aceites y frutas congeladas, insumos para la minería, entre otros. En esta versión se realizaron visitas a terreno, workshops temáticos, seminarios, masterclass de aceite de oliva, catas de gin y ruedas de negocios multisectoriales y de Turismo.

En la rueda de negocios:

- Participaron 245 empresas: 160 compañías colombianas y 85 chilenas.
- 824 reuniones bilaterales.
- La proyección de negocios fue de US\$ 20,8 millones,

con un 47% de empresas participantes encuestadas.

- A nivel de sectores, destacan las mayores ventas estimadas de Frutas Frescas, que representaron un 45% del total previsto, seguidas por Agro-Tech (13%), Turismo (10%), Fintech (5%) y Carnes (3%).

Binacional Chile – Perú:

La rueda de negocios, se llevó a cabo entre el 7 y 8 de noviembre de 2022, en la ciudad de Arica. Se trata de una actividad conjunta, organizada por ProChile y PromPerú, en el marco de una serie de encuentros similares llevados a cabo por ambas Cancillerías, atendiendo el compromiso de los dos países para apoyar a las empresas exportadoras, especialmente las de menor tamaño. Fue el primero en formato presencial después de dos años en modo virtual debido a la pandemia.

A través del XII Encuentro Empresarial Binacional Chile Perú 2022 se buscó fortalecer la agenda bilateral, el comercio entre ambos mercados y la relación cooperativa entre las dos agencias de promoción. Fue así como esta actividad contó con la participación de un total de 84 empresas:

- 28 exportadoras peruanas
- 14 compradoras chilenas gestionados por PromPerú
- 24 exportadores chilenos
- 13 compradores peruanos registrados por ProChile
- Proyección de negocios por más de US\$ 8,9 millones, cuyo resultado se obtuvo de las 154 citas atendidas, donde el 90% de estas respuestas son por parte de las empresas compradoras participantes del evento. Apoyando la promoción en los sectores: Agroindustrial - Textil - Educación Superior

- De las 176 citas agendadas, se logró la efectiva realización de 154 reuniones de negocios.

Alianza del Pacífico:

La X Macrorrueda de Negocios, constó de 3 Ruedas de Negocios, y se llevó a cabo entre el 26 y 28 de septiembre de 2022, de manera virtual. Los sectores abordados fueron: Agroalimentos y Bebidas, Manufacturas en general y Bienes de consumo.

A través de estas tres e-ruedas de negocios se abarcó a 153 empresas exportadoras de la Alianza del Pacífico que tuvieron la oportunidad de concretar citas de negocios con 62 empresas compradoras internacionales, procedentes de 27 países. Estos encuentros comerciales registraron expectativas de negocios por US\$4,6 millones, además de expectativas de negocio inmediato por US\$ 3,1 millones, según las 89 empresas encuestadas.

Ruedas de Negocios Nacionales

Los Encuentros Exportadores (Enexpros), eventos organizados por ProChile que apoyaron a distintos sectores productivos del país, contemplaron ruedas de negocios para las cuales se invitó a importadores de los distintos mercados del mundo, y se complementó además con showrooms, degustaciones, visitas a terreno, entre otros elementos de promoción para generar contactos comerciales entre exportadores e importadores de todo el mundo.

- 676 empresas exportadoras participantes
- 346 importadores participantes

- 1.881 citas de negocios realizadas
- US\$154,6 millones proyectados de generación de negocios
- 77,75% Satisfacción General
- \$252,5 millones de inversión pública

Fondos Concursables ProChile

Los concursos durante el 2022 estuvieron dirigidos a toda empresa chilena, ya fuera persona natural con iniciación de actividades o persona jurídica, que participa directamente en el desarrollo y comercialización de productos. Puso especial énfasis en pequeñas y medianas empresas exportadoras, que tengan capacidad de gestión y compromiso en el desafío de internacionalización relacionado con la diversificación de mercados, que incorporen la sostenibilidad en su gestión y cuenten con iniciativas escalables y con valor agregado en innovación en el modelo de su negocio o producto.

Fondos Concursables Sectoriales:

Creados para apoyar la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2022, el resultado fue de acuerdo al siguiente detalle:

Sector	Gremios Beneficiados	Inversión Pública
Silvoagropecuario	15	1.521.848.000
Economía Creativa	7	108.875.000
Servicios	8	110.450.000
Total	30	1.741.173.000

Fondos Concursables Empresariales:

Creados para apoyar estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización. Durante 2022, el resultado fue de acuerdo al siguiente detalle:

Sector	Gremios Beneficiados	Inversión Pública
Silvoagropecuario	56	539.957.186
Economía Creativa	21	192.396.973
Servicios	20	165.130.800
Industrias de Manufactura	19	134.424.343
Total	116	1.031.909.302

La distribución geográfica de los fondos concursables empresariales adjudicados para ejecución en año 2022 se detalla a continuación:

Región	Economía Creativa	Servicios	Industrias Manufactura	Silvoagropecuario	Total Regional %
Metropolitana	106.180.473	53.814.000	70.769.500	240.550.666	45,7%
Valparaíso	50.524.500	55.364.300	7.326.000	20.690.000	13,0%
Maule	9.900.000	-	10.200.000	58.875.000	7,7%
Biobío	-	-	11.842.393	57.551.400	6,7%
Coquimbo	6.519.500	28.552.500	-	22.900.000	5,6%
Ñuble	-	-	-	45.195.000	4,4%
O'Higgins	-	-	9.588.450	34.479.000	4,3%
Arica y Parinacota	-	21.550.000	-	14.300.000	3,5%
La Araucanía	-	-	7.250.000	24.800.000	3,1%
Los Ríos	3.510.000	5.850.000	9.600.000	11.266.120	2,9%
Magallanes	6.500.000	-	4.338.000	9.350.000	2,0%
Tarapacá	9.262.500	-	-	-	0,9%
Antofagasta	-	-	3.510.000	-	0,3%
Total	192.396.973	165.130.800	134.424.343	539.957.186	100%

ProChile a Tu Medida

Empresas Lideradas por Mujeres (año 2020) y 48 de la última convocatoria.

El año 2019 se implementó como programa Piloto, beneficiando a 25 empresas exportadoras. En mayo de 2022 se adjudicaron 60 empresas los cupos de la última convocatoria. Esta convocatoria tuvo foco en la Pyme exportadora, pero permitiendo la participación de microempresas y de empresas grandes (hasta 600 UF de ingresos anuales). En el segundo semestre del 2022 las empresas tuvieron sus mentorías y comenzaron a ejecutar sus Planes de Crecimiento Exportador.

En términos de resultados, en 2022 aumentan un 38% los envíos de las empresas beneficiarias Pymex y lideradas por Mujeres, con respecto a 2021. En el caso de las empresas de la versión Piloto, aumentaron un 19% sus envíos con respecto a 2021 (y 57% con respecto a 2020).

En resumen:

Considerando que el programa permite ejecutar actividades en un periodo de hasta 24 meses, en 2022 hubo 105 empresas ejecutando actividades cofinanciadas: 3 de la Convocatoria Piloto, 44 de la convocatoria Pymex (año 2020), 10 de la convocatoria de

- Empresas de Convocatoria Piloto (2019) logran exportar US\$30 millones.
- Empresas Convocatorias Pymex y Mujer (2020) logran exportar US\$70,3 millones.
- Empresas de la última convocatoria (2021) exportan en su primer año de ejecución US\$23 millones.

Servicios Integrados para la Exportación – SIEX

Desarrollo de Comercio

En 2022 el área de Desarrollo de Comercio, en específico relacionado a gestión de convenios, basó su trabajo en la necesidad de generar una red de contactos con facilitadores del comercio internacional en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, focalizando el trabajo en 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. El número de convenios activos fue de 29, principalmente en las áreas de servicios logísticos, servicios financieros y plataformas comerciales para e-Commerce.

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

Capacitación y Formación

Esta área trabajó dos programas de desarrollo de capacidades de exportación y de internacionalización: Programa Capacitación Empresas, que obedece al proceso de planificación institucional que aborda las necesidades de las unidades internas en el trabajo con las empresas, y también las brechas detectadas

en el mismo programa en base a la participación de las empresas. Abordó contenidos como: fijación precio de exportación, proceso exportación de servicios, logística, entre otros. Se contó con una participación de 467 personas.

Así también, el Programa de Formación en Gestión Comercio Internacional, Aula Virtual ProChile, por segundo año, desarrolló 10 cursos en modalidad asincrónico y sincrónicos, con foco en personas que trabajan en empresas exportadoras y en empresas que intervienen en el proceso exportador, y personas naturales con interés en integrarse al ecosistema comercio exterior. Entre los cursos dictados se mencionan: Estrategias de internacionalización, Logística Internacional, e-Commerce para la internacionalización. El número de participantes fue de 281 alumnos.

También se desarrolló material de apoyo audiovisual: 5 videos tutoriales, 2 videos promocionales, 8 Videos de Oportunidades de Mercado, 8 videos de Claves para hacer Negocios, 20 Infografías, 2 Manuales de Exportar paso a paso (Bienes y Servicios) material publicado en el Centro Digital del Conocimiento (CDC) del sitio web institucional, considerado la biblioteca digital de Capacitación y Formación.

3. Innovación y Valor Agregado

Innovación

El área de Innovación implementó la estrategia de generar acciones de visibilización, difusión y generación de herramientas que posicionan al ecosistema chileno como referente de Innovación y Emprendimiento a nivel latinoamericano y mundial. Para lograr este objetivo se diseñó y apoyó la implementación de distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas de base tecnológica, de gran escalabilidad y de alto impacto. Las distintas herramientas se orientan de acuerdo a las diferentes necesidades y etapas de desarrollo en las que se encuentran las empresas, ya sean startups y/o scaleups.

Durante el 2022 el trabajo en esta área se centró en generar programas que acompañan el proceso de internacionalización de empresas, que cuentan con soluciones de base tecnológica y un alto potencial de escalabilidad en 3 tipos de herramientas:

Formación de capacidades: Market Entry Series
Exploración: Ferias y misiones internacionales
Inmersión: GoGlobal y ProChile Global X

Principales programas Innovación	GoGlobal, Market Entry Series
Plataforma de servicios	ProChile Global X
Principales ferias/ eventos	WebSummit, StartCo, The Next Web, London Tech Week, entre otros.
Total Empresas apoyadas	Más de 229

Además de la definición de 6 acciones claves: Redes y Alianzas, Herramientas, Posicionamiento, Comunidad, Herramientas y Difusión.

En esa línea, en 2022 ProChile continuó fortaleciendo 2 de sus principales programas (entre otros):

ProChile Global X:

Plataforma de servicios que apoyó el ingreso y desarrollo comercial de 39 soluciones de alto valor agregado a Europa. A través de esta plataforma se vinculó con los principales actores del ecosistema europeo, además de potenciar la colaboración en tres líneas:

- Investigación y Desarrollo: como Centros I+D, Transferencia Tecnológica, Centros de Pilotaje, Universidades, etc.
- Venture Capital: para levantar oportunidades de financiamiento y fomento de co- inversión.
- Soft Landing en Alemania y Diversificación, esto permitió la vinculación con proveedores de los distintos servicios de softlanding, y al mismo tiempo, facilitar a través del trabajo de las Oficinas Comerciales, el incremento de la penetración de nuestras empresas beneficiarias, ayudando a alcanzar una mayor diversificación de mercados.

Mercados en consolidación 2022: Alemania, España, Portugal, Reino Unido, Francia y Países Bajos.

Mercados en fortalecimiento 2022: Francia, Benelux, Países Nórdicos y Reino Unido.

GoGlobal:

en su cuarta versión del año 2022 apoyó a 39 empresas. Este programa ofrece 10 semanas (6 online y 4 presenciales) de aceleración incluyendo

un espacio de trabajo y pasajes al mercado de destino para que los participantes puedan vivir la experiencia de la internacionalización. A igual que los años anteriores los mercados fueron Perú (Lima), Colombia (Bogotá), México (Ciudad de México) y Estados Unidos (Miami).

Los 10 sectores más relevantes y con los que principalmente se trabajó durante el 2022: Healtech, Biotech, Fintech, Edtech, Retailtech, Agtech/ Foodtech, Asset Management, AI & Analytics, Cleantech y Logistics.

Más Valor Agregado

ProChile durante el último tiempo ha querido potenciar y apoyar a nuevos sectores exportadores vinculados fundamentalmente a Servicios, Industria 4.0 (proveedores) y Economía Creativa, así como, Alimentos con valor agregado, aportando a la diversificación de la oferta exportadora chilena y vinculándose directamente con la innovación y exportación de conocimiento.

Comercio de Servicios y Turismo

El sector Servicios en Chile en su conjunto aporta cerca del 58 % del PIB, manteniendo un crecimiento constante en los últimos años, llegando en 2022, según cifras de Aduanas, a US\$ 1.385 millones en montos exportados, lo que representa un aumento de 21,3% con relación al año 2021.

Este sector representa un eje fundamental no solo en la economía chilena, sino que también en el posicionamiento e imagen internacional de nuestro país ya que ha posicionado a Chile como un polo de innovación en la región, fundamentando su oferta en el desarrollo de soluciones basadas en conocimiento, alto valor agregado e incorporación de una fuerte base tecnológica.

Dado lo anterior y con el propósito de potenciar la sofisticación y diversificación de nuestra matriz exportadora, ProChile apoya a través de sus distintos instrumentos y herramientas a empresas que incorporan estos factores de diferenciación, trabajando de manera colaborativa con las principales asociaciones y organismos públicos y privados vinculados, lo que permite agilizar el crecimiento y el proceso de internacionalización del sector. En esa línea se priorizó el trabajo en los siguientes Subsectores: Edutech, Healthtech, Fintech, Servicios de Arquitectura, Servicios de Ingeniería, Servicios de Construcción, Soluciones para Smart City, Soluciones de Energías Renovables no Convencionales y Eficiencia Energética, Servicios y Soluciones para la Logística.

Durante el año 2022 se realizaron, aproximadamente, 70 actividades del Plan Sectorial correspondientes a las distintas áreas atendidas por el departamento de Comercio de Servicios y Turismo, las cuales se realizaron con la intención de plasmar todos los pilares estratégicos establecidos previamente, los cuales son: agregar valor a la oferta exportable, ya sea con innovación, experticia chilena, adaptabilidad, entre otros; diferenciar la oferta mediante la implementación de sostenibilidad; innovación por medio de un posicionamiento definido y una ventaja competitiva clara y concisa; generar un relato común en el que destaque la colaboración, resiliencia, talento y asociatividad; mejorar la imagen país para convertirse en un destino de inversión extranjera y un líder mundial en la exportación de servicios y turismo.

Se efectuaron 2 encuentros exportadores - Enexpo - con foco en los sectores de TICS y CEI (Ciudad, Energía e Infraestructura), teniendo como resultado final una proyección conjunta cercana a US\$28 millones, con participación de más de 300 empresas y cerca de 644 reuniones de negocios.

En el periodo se ha fortalecido el trabajo a través de

Marcas Sectoriales, de las cuales actualmente se encuentran 2 activas, "Chile - A Digital Country", liderada por el Gremio Chiletec, y "Learn Chile", que corresponde a universidades, la que además se encuentra con proyecto vigente para el periodo 2021 -2022.

Se desarrollaron 14 programas de aceleración y mentorías en mercado de Estados Unidos, Perú, México y Colombia, con foco en preparar empresas para los mercados internacionales, entendiendo la heterogeneidad de los servicios de exportación. Adicionalmente, uno de los pilares estratégicos del sector está en la formación y capacitación a empresas en procesos aduaneros de exportación, un aspecto importante a considerar en la internacionalización de las empresas chilenas. En esa línea se realizó una jornada de capacitación para empresas del sector, que buscó potenciar el conocimiento en materia aduanera y tributaria a la hora de exportar.

En resumen, se trabajó con 348 empresas exportadoras, los cuales exportaron en su conjunto US\$ 269 millones, impactando en 73.445 empleos.

Economía Creativa

ProChile apoya a sectores creativos desde el año 1999 a raíz del crecimiento del sector y la importancia de éste para el desarrollo del país en términos económicos y culturales, por lo que desde el año 2015 cuenta con el departamento especializado en Economía Creativa. En este contexto ProChile ha puesto a disposición de las empresas de los sectores creativos los diferentes instrumentos de apoyo al fomento exportador: Estrategias Sectoriales; Fondos Concursables (Concurso Industrias Creativas y ProChile a Tu Medida); Ferias Internacionales, Marcas Sectoriales (3 marcas activas: CinemaChile, Chilemúsica, Chiledoc), Formación Exportadora e Inteligencia Comercial.

Se priorizó a 10 subsectores: Animación, Artes Escé-

nicas, Artes Visuales, Audiovisual, Diseño, Editorial, Moda, Música, Narrativa Gráfica e Ilustración y Videojuegos.

En mayo del 2022 se presentó el Primer Mapeo Exportador de las Industrias Culturales y Creativas en Chile. Este mapeo nace desde la necesidad de levantar información relevante del estado de las Industrias Creativas y Culturales chilenas de cara a la exportación, sus dificultades, barreras y los principales mercados internacionales por donde éstas circulan.

Los resultados más destacados del año 2022 se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Participación de 684 beneficiarios en instrumentos de ProChile, innovadores y con gran potencial exportador.
- Aumento de las exportaciones: El año 2022 los beneficiarios exportaron US\$51 millones y a nivel general se exportaron sobre US\$91 millones según cifras provistas por la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales - SUBREI, Servicio Nacional de Aduanas.
- Posicionamiento de las Industrias Creativas como una oferta innovadora con valor agregado y gran potencial en mercados de los 5 continentes.
- Desarrollo de conocimiento especializado en los 10 subsectores priorizados y construcción de estrategias de internacionalización adecuadas a sus características.
- Construcción de alianzas interinstitucionales que fortalecen la cadena de valor de cada subsector, destacando el convenio de colaboración con el Consejo del Libro del Ministerio de las Culturas, las Artes y Patrimonio (MINCAP) para el fortalecimiento de Ferias Internacionales del libro.

- Construcción de relaciones permanentes y de confianza con 26 gremios, asociaciones, fundaciones y cooperativas del sector, algunos de los cuales hemos contribuido a crear.
- Incorporación a ProChile en las diferentes políticas públicas nacionales vigentes: Política Nacional de la Lectura y el Libro (2015 - 2020), Política del Campo Audiovisual (2017 - 2022), Política del Campo de la Música (2017 - 2022), Política Nacional de Artes de la Visualidad (2017 - 2022), Política Nacional de Artes Escénicas (2017 - 2022) y el Plan Nacional de Economía Creativa. En estos espacios ProChile ha adquirido visibilidad y tiene una participación en la ejecución de dichas políticas.

El año 2022 se participó en eventos internacionales, destacando: European Film Market (Audiovisual), FIL Bolonia y Bogotá (Editorial), Primavera Pro (Música), BIME Pro (Bogotá y Bilbao), FIMPRO, Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy (MIFA Annecy); Marche du films (Audiovisual); European Film Market (Audiovisual); Feria del Libro de Frankfurt (Frankfurt Book Fair); Festival d'Angoulême (Narrativa Gráfica e Ilustración); Feria Game Developers Conference - GDC (videojuegos), GAMESCOM (videojuegos), Festival internacional de Teatro de Manizales (Artes Escénicas), MAPA (Artes de la Visualidad), ARTBO (Artes de la visualidad), Tranoi (Moda), entre otras.

Cabe señalar que el año 2022 estuvo marcado por la reactivación económica y la vuelta a la presencialidad de los mercados internacionales. Para las Artes Vivas (Artes Escénicas y Música) la presencialidad es clave para su desarrollo debido al modelo de implementación de su servicio.

En el macrosector de Economía Creativa se apoyó el 2022, a 143 empresas beneficiarias exportadoras, al-

canzando montos por US\$51 millones, con 1.869 empleos asociados a nuestros beneficiarios. Del total de empresas del sector creativo, un 99% son MiPymes, mientras que solo el 1% restante son grandes, de acuerdo con lo reportado por el Servicio de Impuestos Internos.

El trabajo de ProChile ha permitido el posicionamiento de las Industrias Creativas como una oferta innovadora con valor agregado y gran potencial en mercados de los 5 continentes. Chile comenzó a mostrarse al mundo como un país capaz de exportar valor agregado a través de sus Industrias Creativas y de competir con éxito en las principales ligas mundiales. Esto gracias al reconocimiento internacional que se ha ganado el sector con importantes premios en Animación, Editorial, Música, Comics, Arquitectura y Cine, entre otros.

Otro aspecto importante es el apoyo otorgado a eventos de carácter internacional desarrollados en Chile para las Industrias Creativas. En ese contexto se destaca el apoyo a los principales encuentros de negocios de las Industrias Creativas: Chilemonos (Animación); Ch.ACO (Artes Visuales); IMESUR - Pulsar - Fluvial (Música), Festival de Cine de Valdivia (Audiovisual), Festival Internacional Teatro a Mil (Artes Escénicas), entre otros.

Industria 4.0

La Industria 4.0 es la cuarta revolución industrial impulsada por el impacto de la tecnología digital y el procesamiento de datos. Este proceso dio paso a lo que conocemos como Fábrica Inteligente. Como consecuencia generó un impulso de la productividad y una creciente automatización. El desarrollo de las tecnologías de la información y de la capacidad de análisis de grandes bases de datos, están impactando de numerosas maneras a la economía, incluida las

formas de producción, generando nuevos desafíos para los países y las empresas.

Durante el 2022 se buscó promover, facilitar y fortalecer el posicionamiento de la industria nacional en el exterior, destacando el desarrollo tecnológico que hace más eficiente y competitiva la oferta exportable. Contribuimos a la generación de los encadenamientos productivos y a fortalecer cadenas globales de valor.

A través de la creación de mesas de trabajo público-privadas diseñamos un Plan de Internacionalización e impulsamos alianzas colaborativas en la industria, desencadenando redes de apoyo. Asimismo, generamos información relevante para conocer oportunidades del mercado y así facilitar herramientas de promoción, tanto como iniciativas y acciones de apoyo.

- Se conformó una mesa de trabajo con la industria de la Defensa, integrada específicamente por ENAER, FAMAE, y ASMAR, levantándose un programa de trabajo en mercados de Sudamérica y Centroamérica, entre otros, con positivos resultados.
- Dentro de los sectores relevantes se consolida la mesa de Salud público-privada, fortaleciendo la oferta nacional, lo que permitió que estas estrategias generaran un reposicionamiento de ProChile en el trabajo con las principales asociaciones gremiales exportadoras de este sector, incluyendo un trabajo conjunto con el ISP en la firma de convenios con organismos reguladores en Latinoamérica y Centroamérica.
- Se identificó en la Minería Extractiva no cobre metálica y no metálica, como un sector de aquellos que aportan valor, sostenibilidad y di-

versidad a la canasta exportadora, por lo que implementamos un programa piloto cuyo objetivo fue fortalecer y/o acelerar el proceso de internacionalización en los mercados demandantes del sector, se generó una mesa de trabajo para abordar nuevos mercados y potenciar la Feria Minera PDAC la que corresponde al encuentro y exhibición más importante de nuevos proyectos mineros y exploraciones en Canadá.

- Se reafirmó el convenio de traspaso de recursos con el Ministerio de Minería para el 2022. En este sentido, el trabajo con gremios e instituciones que componen este ecosistema ha sido fundamental para la estrategia de internacionalización del sector y para ProChile, por tal hemos liderado la mesa de Proveedores para la Minería (Corporación Alta Ley, Ministerio de Minería, Cochilco, Expande, Minnovex, Aprimin, Endeavor, Asiva, entre otros) con la cual se ha trabajado la estrategia de internacionalización para el sector, con el objetivo de disminuir brechas y aprovechar las oportunidades del sector.

Las Ferias Internacionales son una herramienta importante para los subsectores de Industrias 4.0, es así como en el área de los proveedores acuícola, ProChile contó con meeting point con empresas del sector en dos importantes ferias:

- AquaExpo en Ecuador, desde 17 al 20 de octubre de 2022 en Guayaquil, Ecuador, en la que participaron 6 empresas chilenas.
- Aquishow en Brasil, desde el 23 al 27 de mayo de 2022 en San José de Río Preto, Sao Paulo, Brasil, en la que participaron 5 empresas chilenas y 18 empresas extranjeras, con una estimación de negocios aproximada de USD 20.500.

Además, se visitaron otras ferias:

- AquacultureUK desde el 3 al 5 de mayo de 2022 en Aviemore, Escocia, en la que participaron 20 empresas chilenas, se realizaron 4 reuniones con una estimación de negocios aproximada de USD 121.500.
- AquaSur del 2 al 4 de marzo del 2022 en Puerto Montt, Chile. Se participó con una rueda de negocios, en la que estuvieron presentes 35 empresas chilenas y 28 empresas extranjeras, se realizaron 4 reuniones con una estimación de negocios aproximada de USD 454.011.

Adicionalmente, Chile fue invitado de honor en la feria Hispack 2022 (Barcelona) donde, junto a nuestro socio estratégico Centro de Envases y Embalajes de Chile - CENEM, se acompañó a la delegación chilena, participando activamente como articulador. Participaron alrededor de 30 empresas chilenas convocadas por CENEM, la gira incluyó una agenda de reuniones bilaterales, visitas a plantas y al Instituto del Packaging de Barcelona.

El sector envases y embalajes visitó la feria Latinpack Chile 2022, ProChile tuvo la oportunidad de catastrar la oferta nacional lo que permitirá identificar nuevos destinos para su internacionalización, participando además con la presentación del Subdepartamento de Sostenibilidad de ProChile, denominada "Creando un mundo sostenible desde el empaque".

En este sector, 539 empresas beneficiarias exportaron el 2022, alcanzando montos por US\$20.257 millones. Además, 142.704 empleos son los asociados a nuestros beneficiarios.

Agroalimentos

Es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, que se estima alrededor del 4,7%, generando alrededor de 370.000 empleos directos. En 2022 la exportación del sector alcanzó US\$ 22.033 millones, concentrando el 43,9% del valor total de envíos de bienes no cobre, con alrededor de 813 productos a 172 mercados diferentes.

Este sector aportó en 2022 el 49% de los beneficiarios (2.931) de ProChile. De estos, un 56% fueron empresas exportadoras (1.638), mientras que un 44% fueron no exportadoras (1.293), siendo los principales cinco mercados de destino Estados Unidos, China, Japón, Brasil y México, por un monto total de US\$20.601 millones.

En este contexto, los principales hitos de las actividades de promoción sectorial en 2022 fueron los siguientes:

- Estrategia para posicionar los Vinos de Nicho: Para este sector se ha buscado dar continuidad al trabajo de posicionamiento y promoción de los vinos de nicho de Chile, es decir, oferta de vinos distintos, de baja producción, alta calidad y valor agregado, dirigidos principalmente al mercado HORECA y tiendas de especialidad. De esta forma se realizaron diversas acciones de promoción en mercados de interés tales como Países Bajos, Suecia, Estados Unidos, entre otros. Adicionalmente se contó con la venida de contrapartes de interés para el sector provenientes de Países Bajos y Francia, entre otros destinos, quienes se reunieron con contrapartes chilenas y visitaron diversas viñas nacionales, obteniendo como resultados posteriores, diversas publicaciones en medios especializados. Estas acciones beneficiaron a un total estimado de 80 viñas, pertenecientes principalmente a las regiones de Maule y Ñuble, no obstante, en relación a las pu-

blicaciones en medios especializados, el aporte al sector se amplifica en los mercados internacionales, beneficiando a toda la industria vitivinícola nacional.

- Innovación Alimentaria²: El 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. El desafío permanente es apoyar la diversificación de la matriz productiva hacia bienes con alto valor agregado para hacerlos más competitivos. ProChile, en un trabajo coordinado con el programa Transforma Alimentos (Corfo), ha reforzado la promoción internacional de este grupo de empresas. En 2022, se realizó, nuevamente en conjunto, el lanzamiento de una nueva versión del Catálogo de Innovación Alimentaria de Chile, que congregó a la oferta más destacada del año. Por su parte, ProChile continuó con su plan de capacitaciones y mentorías (4) a las empresas interesadas en los mercados de México (6), Estados Unidos (15), Canadá (4) y Unión Europea (9). Adicionalmente, se prospectó el mercado de Taiwán con 5 empresas, con productos de alto valor agregado, en un intento por visualizar oportunidades en los mercados asiáticos.
- Ferias y eventos internacionales: Se destacó el estímulo a la participación de empresas chilenas en diversas ferias internacionales, retornando a la presencialidad en su gran mayoría, destacando instancias especializadas en alimentos y vinos. En este sentido, la participación de Chile como expositor en SIAL Paris, destaca positivamente por la incorporación de un espacio dedicado a los alimentos con relato territorial, relevando las mieles, trufas y alimentos innovadores, contando con una participación total de 33 empresas.

Adicionalmente, Chile tuvo una destacada participación en Apimondia 2022 en Turquía, contando con un pabellón país en la ApiExpo, la realización de la Noche de Chile y la presencia de una delegación chilena beneficiaria ProChile y regional conformada por 24 empresas, fortalecida a través de una misión de empresarios y apicultores de las regiones de Coquimbo, Maule y Metropolitana.

Restablecimiento de Programa Agricultura de Menor Escala: en el mes de mayo, la Subsecretaría de Agricultura, solicitó levantar el programa de internacionalización para la Agricultura Familiar Campesina (AFC), que se venía implementando a partir del año 2008, por parte de ProChile, pero que se ejecutó en forma intermitente durante estos últimos 15 años. Es en este escenario que se diseña un levantamiento del segmento AFC, a través de todo Chile, visitando 12 regiones del país (julio-diciembre 2022) y conformando equipos de trabajo, entre ProChile e INDAP Regional, con el objeto de identificar potenciales usuarios del Programa, el cual fue diseñado en forma paralela y conjunta con los equipos antes mencionados. Este programa espera aportar directamente a las empresas con miras al proceso de internacionalización, facilitando herramientas en el mediano y largo plazo cuyo objetivo se encuentra dirigido a fortalecer y aumentar la canasta exportadora nacional. El programa es a 4 años con foco en la atención a 50 empresas y/o productores que se clasifiquen en potenciales exportadores y exportadores directos o intermitentes.

Enexpro Productos del Mar: evento que reunió a 70 exportadores nacionales, 106 importadores de más de 30 mercados, concretándose cerca de 450 citas, con proyecciones de negocios que superaron los US\$ 100 millones.

2- Se entiende por "Innovación Alimentaria", aquella oferta que es sofisticada, altamente escalable, y competitiva. Abarca categorías como: Food Tech, Aditivos Especializados, Alimentos Fortificados, Alimentos "Libres De", Ingredientes Funcionales y Suplementos Alimenticios.

- E-Rueda de Frutas y Hortalizas con foco en toda la amplia gama de frutas y hortalizas en sus distintos formatos comerciales: fresco, congelado, seco y deshidratado - liofilizado. Este trabajo fue ejecutado bajo una estrecha colaboración con todas las Oficinas Regionales y comerciales de la Institución y abarcó los siguientes mercados: Vietnam, Indonesia, Malasia, Tailandia e India.

4 ProChile Digital

La incorporación de la transformación digital como pilar estratégico en ProChile durante estos últimos 4 años, ha permitido a la Institución destacarse, tanto a nivel gubernamental y privado, como una institución vanguardista que busca modernizarse y avanzar hacia nuevos desafíos. Esto se ha logrado a través de:

La incorporación progresiva de diferentes herramientas TI, que permiten entregar un mejor servicio de cara a la ciudadanía, como, por ejemplo: Datacom, Fichas Estratégicas, Centro de Ayuda, Centro Digital del Conocimiento, Sitio Web de ProChile, Aula Virtual, One Click Import, Cero Papel y CRM 365.

La captura de datos del comportamiento de los usuarios en las herramientas digitales de ProChile, permitiendo conocer, analizar y ofrecer un mejor servicio a las empresas chilenas exportadoras y no exportadoras, va en beneficio de la internacionalización de su oferta.

Como es de conocimiento, la estrategia digital de ProChile está construida en base a cinco focos digitales institucionales, más una acción transversal de difusión y comunicación de las iniciativas, tanto de forma interna (equipo ProChile) y externa (usuarios).

- Los principales hitos del año 2022 para los 5 componentes fueron:
- Utilización de Inteligencia Artificial: El Subdepartamento de Transformación Digital agregó un componente de inteligencia artificial (IA) a su proceso de investigación y levantamiento de información. Esto es un claro ejemplo de cómo la IA puede brindar apoyo y soluciones innovadoras en diferentes áreas, mejorando la eficiencia y la productividad, con su capacidad para procesar gran cantidad de información y responder a preguntas de manera rápida y precisa. Esta iniciativa digital, que fue implementada en el datawarehouse de ProChile y ha permitido obtener información de calidad para la toma de decisiones.
- Uso de Analítica en las herramientas digitales: Se agregó en su componente de proceso el apoyo de herramientas de analítica web, lo que permitió conocer en tiempo real el comportamiento de visitas a las diferentes herramientas digitales. Esto permite gestionar en forma precisa cada una de las iniciativas digitales, obteniendo información de gestión para la toma de decisiones institucionales y contribuir al proceso de mejora continua de las herramientas de cara al servicio de los beneficiarios.
- Postulación a Concurso 2022: Para este proceso fue utilizada la plataforma tecnológica CRM Dynamic 365, pudiendo gestionar más de 350 proyectos. Esta plataforma ofrece una amplia gama de soluciones para mejorar las relaciones con los beneficiarios, aumentar la eficiencia y la productividad, y obtener una mayor visibilidad en las operaciones de negocios. Además, CRM Dynamics 365 es una plataforma en la nube que se integra fácilmente con otras soluciones de

Microsoft, como Office 365 y Power Platform, ofreciendo una amplia variedad de aplicaciones personalizables que se pueden adaptar a las necesidades de la Institución.

- Centro de Ayuda: es un servicio que mediante una base de conocimientos y un sistema de tickets permite efectuar el seguimiento a las consultas recepcionadas desde los usuarios externos. Esta iniciativa fue implementada para ofrecer una atención rápida y eficiente a las consultas que los usuarios formulan, sin la necesidad de contactar en primera instancia a un profesional de ProChile, el cual durante el 2022 permitió atender unas 1.500 consultas.

5. Sostenibilidad, Género y Pueblos Originarios

Sostenibilidad

Se trabajó en la implementación de las distintas iniciativas de la Política de Sostenibilidad, incluyendo acciones de capacitación interna y hacia las empresas beneficiarias de ProChile; se incorporó el Test de Sostenibilidad como parte de Concursos y Convocatorias, llegando a más de 751 empresas en 2022.

Se firmó el convenio de incorporación al Programa Estado Verde del Ministerio del Medio Ambiente para obtener la acreditación acorde a la gestión ambiental de la Institución.

Se potenció el trabajo en la internacionalización de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde, con priorización en 16 mercados y 5 regiones del país, centrado en el plan de negocios que incluye: (1) posicionamiento de imagen país, (2) inteligencia comercial, (3) apoyo a la atracción de inversiones y (4) gestión comercial; se apoyó la realización de 6 misiones comerciales a Chile, con el apoyo de las Oficinas Regionales y en coordinación con Cancillería, el Ministerio de Energía e InvestChile.

Por último, se realizó la primera misión de 7 empresas sostenibles con base tecnológica en la COP27 en Egipto, con el fin de posicionar a nuestro país y sus soluciones para el cambio climático en la cumbre más importante sobre sostenibilidad.

Género

En línea con el objetivo de generar un comercio internacional más inclusivo, el año 2022 se continuó trabajando por el empoderamiento y autonomía económica femenina, desarrollo económico y su permanencia en el ámbito exportador, a través del Programa Mujer Exporta.

Durante el 2022, ProChile trabajó con 295 empresas lideradas por Mujeres, de las cuales, 113 exportaron. Se realizaron 8 actividades que incluyeron estudios, misiones comerciales, mentorías y planes de capacitación; además de participación continua y activa en charlas y presentaciones que permitieron a ProChile destacarse en este ecosistema.

Se continuó trabajando con especial énfasis la diversidad y origen de la oferta de las empresas, procurando que cada una de las regiones vea potenciado su comercio local y salida al mundo con identidad territorial.

Asimismo, y en paralelo a las actividades de internacionalización y generación de redes, uno de los recursos más importantes para esta tarea ha sido contar con capacidades internas que permitan no sólo comprender cómo las desiguales relaciones de poder y el ordenamiento público y privado afectan a la internacionalización de las empresas lideradas por Mujeres, sino también cómo diseñar las acciones, medidas, programas y/o políticas que permitan disminuir o erradicar la inequidad, barreras y brechas de género. La capacitación y sensibilización de las temáticas vinculadas al área frente a las audiencias interna y externa continúa siendo un permanente foco en la labor institucional.

El trabajo del Programa Mujer Exporta en 2022 continuó basado en tres pilares fundamentales (capacitación, internacionalización y generación de redes),

entre las que destacan: capacitaciones en temas como marca Chile, coaching para empresarias vinculadas a la minería, además de mentorías para los sectores alimentos y economías creativas buscando fortalecer sus competencias y mejorar la toma de decisiones en procesos de exportación. Las acciones de internacionalización, por su parte, se relacionaron con los siguientes mercados: Colombia, Guatemala, Canadá, Argentina, Francia y España. Por último, la vinculación se materializó a través del lanzamiento de la plataforma regional Activa Empresarias (junto a CORFO y ONU), campañas digitales, Encuentros de Mujeres ASEA, Mujeres del Fin del Mundo y Distinción Mujer Exporta.

Pueblos Originarios

Siguiendo la línea de la inclusión en el comercio exterior, ProChile reafirmó su compromiso por reconocer, revalorizar y compartir con el resto del mundo la cultura indígena de los diferentes pueblos que habitan este territorio llamado Chile.

Las decisiones de compra por parte de los consumidores en el mundo entero dejaron de regirse solamente por precio. Hoy más que nunca existen otros factores relacionados con origen, trazabilidad de su historia e impacto social, por ejemplo, que son determinantes.

Los ejes del trabajo 2022 fueron la segmentación y caracterización de empresas, iniciativas de apoyo a la digitalización con el desarrollo de herramientas digitales, vinculación con organismos nacionales e internacionales y acciones comunicacionales para apoyar la visibilidad de las empresas indígenas, el acompañamiento para el desarrollo exportador a empresas y asociaciones con las que estamos trabajando y el fortalecimiento de capacidades para 28 empresas de los sectores de alimentos y economías creati-

vas, de igual manera se trabajó en el levantamiento de nuevas empresas del sector turismo indígena, en donde se logró beneficiar a 10 empresas a través del programa de formación exportadora para el turismo indígena. Asimismo, se relevó el rol articulador de ProChile que, siendo el último eslabón de la cadena exportadora, cuenta con todas las herramientas y redes para generar un ecosistema exportador dirigido exclusivamente a potenciar empresas de Pueblos Originarios tanto en Chile como en el extranjero.

El Programa de Internacionalización de Pueblos Originarios que partió el año 2020, está cimentado en un convenio nacional entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena - Conadi - y ProChile. Durante el 2022 se trabajó con 38 empresas, de las cuales 6 son empresas exportadoras, 28 beneficiarias directas del convenio con Conadi (2020-2022) de los rubros Economías Creativas y Alimentos y 10 beneficiarias directas del convenio (2022-2023) que se inició en octubre del 2022, pertenecientes especialmente al sector de Turismo Indígena. Estas últimas, han recorrido un camino con etapas de formación, coaching exportador, acciones de pre-internacionalización y asesoría personalizada a partir de la identificación de las brechas individuales y grupales. La labor de acompañamiento de las empresas ha sido fundamental en su desarrollo. Así mismo el programa de internacionalización ha contado con la participación de más de 70 empresas de base indígena a nivel nacional a través de sus ciclos formativos en distintas materias comerciales.

Adicionalmente, el sector de Turismo Indígena se incorpora a los sectores priorizados junto a Economía Creativas y Alimentos. A fines de 2022 se inicia el levantamiento de empresas del sector con potencial exportador y así en noviembre se realizaron 2 iniciativas:

Seminario de Turismo de Pueblos Originarios:

organizado por ProChile, con la colaboración de la Subsecretaría de Turismo, Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) y Alianza mundial del Turismo Indígena (WINTA), y co-creada con representantes del sector como la Asociación Nacional de Turismo Indígena y la Sociedad de Turismo Mapuche, en que se dio paso a un espacio para conocer tendencias y compartir experiencias culturales y de internacionalización de turismo indígena, donde participaron 44 empresas indígenas de regiones desde Tarapacá hasta Magallanes.

Programa de Formación Exportadora de Turismo Indígena:

se dio inicio con 10 empresas con potencial exportador de las regiones Arica y Parinacota, Tarapacá, Rapa Nui, Biobío y La Araucanía, cuyo objetivo fue formar y desarrollar conocimientos claves del proceso exportador de servicios turísticos a través de sesiones de mentorías grupales, y personalizadas, especializadas en internacionalización. Se entregaron también herramientas técnicas en materias del sector y se realizó un diagnóstico de la oferta, impulsando así el desarrollo de las empresas y/o el potenciamiento de sus servicios.

Dentro de las acciones fundamentales destacamos la vinculación y generación de redes y alianzas con distintas entidades nacionales e internacionales, lo que ha permitido avanzar en el progreso del Programa de Internacionalización de Pueblos Originarios, articulando el trabajo coordinadamente con organizaciones públicas y privadas nacionales, entre las que se encuentran CONADI, Comité de Desarrollo y Fomento Indígena de CORFO, SERCOTEC (junto a sus Centros de Negocios como INAKEYU y Rapa Nui), INDAP, Subsecretaría de Turismo, SERNATUR, UCAI, ONU Mujeres a través de Originarias, Artesanías de Chile, entre otros.

Respecto a redes internacionales destacan: World Indigenous Tourism Alliance (WINTA), Western Australian Indigenous Tourism Operators Council (WAITOC), Asociación Nacional de Turismo Indígena de Colombia (ASONTIC) e Indigenous Tourism Association of Canada (ITAC, en su sigla en inglés).

Por último, se siguió trabajando el posicionamiento de las empresas de Pueblos Originarios en los mercados internacionales resguardando el respeto por el patrimonio cultural indígena, trabajando en la sensibilización de guías de buenas prácticas de comercialización.

6. Imagen de Chile, Inversión y Turismo

Imagen de Chile

ProChile suscribe anualmente un convenio con la Fundación Imagen de Chile, el cual establece el plan de trabajo que dicha fundación ejecutará y que será supervisado por ProChile. El propósito de la Fundación Imagen de Chile es impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la imagen de nuestro país en el exterior, contribuyendo a la competitividad de este, mediante una estrecha coordinación con el sector público y privado.

El Convenio 2022 consideró un plan de trabajo que consta de 5 componentes que definen las líneas de trabajo a desarrollar por la Fundación Imagen de Chile:

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

Además, uno de los focos estratégicos de ProChile es apoyar y contribuir al posicionamiento de la imagen de Chile a nivel internacional. Para esto se dispuso de una serie de herramientas y programas para comunicar el relato y los atributos de Chile a distintos públicos objetivos. Por ejemplo, a través de la presencia en las 66 ferias internacionales en las que se participó en 2022, el apoyo a las 17 Marcas Sectoriales activas

con sus campañas de posicionamiento internacional alcanzando a 20 mercados, o la ejecución de la campaña #UnboxingChile que logró un alcance de más de 220 millones personas a nivel mundial.

Programa Chile Connected

En 2022 el foco fue incrementar la base de importadores y capacitar a las empresas chilenas para entrar al mercado norteamericano, abarcando:

- Capacitación y Mentorías (preparación para el mercado)
- Estudios de mercado
- Focus Group

Durante todo el proceso, las empresas beneficiarias fueron acompañadas por una Oficina Comercial de ProChile en América del Norte, junto con los consultores y socios estratégicos, capacitándolos para el desarrollo de capacidades exportadoras necesarias para el correcto aterrizaje de empresas chilenas en el mercado norteamericano.

En términos cuantitativos, los resultados 2022 de esta iniciativa se reflejan en el siguiente cuadro:

Nº empresas beneficiarias nacionales Pymes	31	Nº empresas beneficiarias nacionales	72
Nº empresas beneficiarias nacionales No Pyme	21	Nº empresas beneficiarias nacionales Pyme	41
Nº de Empresas beneficiarias extranjeras (importadores)	18	Nº de Empresas beneficiarias extranjeras (importadores)	165
Monto de Negocios Proyectados	USD\$ 117.000	Monto de Negocios Proyectados	USD\$1.900.000

Evento Chile Week China

La séptima versión de Chile Week China realizada en formato híbrido entre el 21 y 29 de noviembre de 2022, en diferentes lugares: Santiago, Beijing, Chengdu, Guangzhou y Shanghai, estuvo marcada por una gran participación tanto de empresas chilenas en el mercado como de importadores, retailers y distribuidores locales.

Este evento permitió la fidelización de contrapartes públicas y privadas, al realizar un trabajo colaborativo con más de 10 organismos públicos y asociaciones chinas.

De igual forma, se pudo fortalecer el posicionamiento de Chile como país a la vanguardia de políticas verdes, sustentables y de energías limpias, en línea con nuestro compromiso con la sustentabilidad de la oferta exportable.

Se trata de una actividad de gran impacto, dado que se generaron más de 70 publicaciones, cuyo valor mediático acumulado superó los US\$ 650.000.

Ferias Internacionales

Las ferias internacionales fueron una vitrina que permitieron visibilizar la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, impulsando el encuentro entre empresas exportadoras y compradores internacionales, contribuyendo al posicionamiento económico y la marca país Chile. Es una herramienta dirigida para empresas exportadoras y con capacidad exportadoras.

Entre enero y diciembre 2022, ProChile participó en 66 ferias internacionales, en formato presencial y virtual, entre las que se destacan las ferias más importantes del mundo como por ejemplo, SIAL París del rubro de alimentos, Seafood Expo Global de productos del mar, en economías creativas se estuvo presente en la Feria del Libro de Guadalajara; e IMARC, con la participación de empresas del sector de usos alternativos del cobre, entre otras. Es así que durante el año 2022 se participó en:

Número de eventos	66 ferias internacionales 60 ferias presenciales 6 ferias Virtuales	
Empresas Exportadoras	751	
Empresas Importadoras	490	
Sectores participantes	Alimentos	26
	Economía Creativa	17
	Industrias 4.0	7
	Servicios	7
	Innovación	3
	Sostenibilidad	2
	Minería	4

Marcas Sectoriales

El Programa de Marcas Sectoriales contribuyó a la asociatividad de los sectores y su diferenciación, genera economías de escala, aporta a la internacionalización de las Pymes y genera mejoras en la identificación de un producto y/o servicio.

En 2022 se trabajó con 17 marcas activas (2 de Servicios, 5 de Industrias Creativas y 10 de Agroalimentos), en los que participan 9 gremios y 26 instituciones de educación superior.

Durante el 2022, ProChile inició el trabajo para desarrollar un nuevo programa para el posicionamiento de nuestra oferta exportable. El equipo de Marcas Sectoriales de ProChile en colaboración con la unidad de Marketing planteó desarrollar un Programa Piloto de Branding Sectorial, cuyo objetivo es apoyar a los sectores exportadores incipientes o con potencial exportador en su proceso de internacionalización, a través de la construcción de una propuesta de valor y posicionamiento para su sector, que les permita avanzar de manera asociativa y alineada, bajo el paraguas de la marca Chile. El programa piloto se inició con el sector apícola (miel), el que fue entregado en abril de 2023.

Unboxing Chile

Durante el 2022, se activó la campaña #UnboxingChile como continuidad a lo realizado el 2021, el objetivo fue promocionar e incentivar el consumo de productos y servicios chilenos en los mercados internacionales. Con el fin de apoyar la reactivación económica del país, impactar en la diversificación de mercados por parte de las empresas chilenas exportadoras y contribuir a la imagen país, a través de un relato/concepto creativo. Bajo esta campaña se realizaron actividades de promoción en los siguientes mercados:

México: Actividades de posicionamiento y activación en productos de alimentos, destilados, fruta fresca, frutos secos, innovación alimentaria, aceite de oliva y vinos. Contempló envío de productos chilenos a medios de comunicación, influencers, importadores y autoridades mexicanas.

China: Campaña de marketing offline y online en las principales plataformas digitales de China, contempló la participación de 6 líderes de opinión que amplificaron la campaña en sus plataformas.

Taiwán: Campaña de marketing digital con el objetivo de posicionar a Chile y su oferta exportable de alimentos con la amplificación de líderes de opinión en redes sociales utilizadas en el mercado.

Alemania: Se realizó un Cooking Show y degustación de productos chilenos dirigido a importadores alemanes, influencers y actores relevantes del sector gastronómico.

Paraguay: Actividad de promoción denominada Semana Chile, realizada en supermercado de categoría premium para promocionar y posicionar alimentos chilenos. La actividad contempló degustaciones, Cooking Show, bailes típicos y envío de cajas Unboxing con una selección de vinos chilenos de categoría premium.

Guatemala: Campaña de marketing online de posicionamiento de vinos y productos chilenos, a través de 2 activaciones con influencers locales del sector gastronómico que fue transmitido a través de live streaming por locutores radiales locales.

Costa Rica: Realización de maridaje en salas VIP de cines Cinépolis en el cual se invitaron a personas relacionadas a la industria del vino, influencers y medios de comunicación con el fin de dar a conocer la

campaña #UnboxingChile y potenciar los productos chilenos presentes en el mercado.

República Dominicana: Campaña de marketing digital para difundir y posicionar la gastronomía y productos chilenos en el mercado local. Contempló videos, reels, stories y concurso en cuentas de redes sociales.

Cuba: Campaña de marketing con participación de influencers, artistas y aliados del canal HORECA para promocionar e incentivar el consumo de productos chilenos. La actividad contempló concursos, envío de cajas con productos, realización de recetas en redes sociales para dar visibilidad a la campaña. Además, se realizaron cápsulas de videos con reconocidos chefs, influencers y bartenders.

Gracias a #UnboxingChile logramos alcanzar a más de 220 millones de personas a nivel mundial, a través de la amplificación y difusión de 93 influencers y más de 350 publicaciones en medios.

Campañas Digitales

Las campañas digitales tuvieron como foco los mercados que ProChile consideró como relevantes para la recuperación de la economía nacional, es por ello que fueron elaboradas campañas de marketing digital y posicionamiento comunicacional en Estados Unidos, Canadá, México, China, Corea del Sur, ASEAN y Brasil, todas destinadas a impulsar el conocimiento de productos y servicios chilenos en el mercado, así como sus atributos. Con el objetivo de llegar tanto a contrapartes como importadores, pero también al público final, apuntamos por el desarrollo de cuentas en redes sociales que potenciaran la campaña internacional realizada "#UnboxingChile", dando a conocer también el lanzamiento de nuevas marcas sectoriales, como ocurrió con Chile Mussel en China y el de-

sarrollo de actividades de alto impacto como Healthtech en Los Ángeles, Filadelfia y Chicago; Chile On Board en Filadelfia, y Chile Week, que se desarrolló de manera simultánea entre las ciudades de Santiago y Beijing con actividades tanto presenciales como online, alguna de ellas llegando a tener un alcance de más de 24 millones de personas. Este tipo de actividades también se repitieron en Chengdú, Guangzhou y Shanghái con publicaciones en la prensa local que superaron los 6 millones de personas en alcance.

Inversión

ProChile gracias a nuestra amplia red internacional, apoyamos también la difusión de las oportunidades para invertir en Chile, por medio de tres diferentes líneas de trabajo (Inversión, Cadenas Globales de Valor e Hidrógeno Verde), las cuales el 2022 realizaron las siguientes acciones:

Para efectos de operativizar la Estrategia de Fomento y Promoción de la Inversión Extranjera a través de los Agregados de Inversión, Invest Chile y ProChile han suscrito convenios anuales de transferencia de recursos que permiten la instalación, funcionamiento y operación de las Agregadurías de Inversión. Las Agregadurías de Inversión son un primer eslabón que contribuye a insertar a Chile en los ecosistemas locales de los mercados definidos a partir de la Estrategia, identificando nuevas oportunidades de inversión, aumentando la cartera de proyectos y generando redes de contacto y alianzas de largo plazo para la atracción de inversión extranjera directa. El año 2022, se sumó a la agregaduría de Tokio, Japón; las agregadurías en Washington, Estados Unidos; y Berlín, Alemania, cuya misión es la de contactar a los inversionistas priorizados en los mercados en que se desempeñen y generar visitas a Chile de parte de estos.

- Diseñamos una estrategia de cadenas globales de valor y encadenamientos productivos para potenciar la atracción de inversiones y la transferencia de tecnología y talento, además de aumentar el comercio intrarregional. Se propuso y desarrollaron estrategias que apoyen a Chile en su inserción en cadenas regionales y globales de valor a nivel bilateral, especialmente con los países de la región latinoamericana, promoviendo las posibilidades de encadenamientos productivos entre empresas de diferentes países y profundizando las oportunidades derivadas de la red de tratados de libre comercio negociados por Chile. Considerando lo anterior, en 2022 se inició un piloto de levantamiento de proyectos de encadenamientos productivos en Argentina y Ecuador, vinculándolos con el sector exportador chileno mediante talleres, seminarios y ruedas de negocios tanto virtuales como presenciales.

- Apoyamos activamente el trabajo en materia de Hidrógeno Verde la cual el 2022 contó con la participación de 16 mercados y 5 regiones, aportando información estratégica basada en cuatro ejes: Posicionamiento, Inteligencia Comercial, Apoyo a la Captación de la Inversión y Gestión Comercial. En este contexto, ProChile cumple un rol crucial, aportando en las etapas de activación, conectando a los actores de la cadena que son claves en el desarrollo de la industrias y escalamiento para conquistar mercados globales, convirtiéndose en un actor importante para una nueva economía de exportación limpia.

Turismo

Con foco en el Turismo receptivo, ProChile continuó en 2022 una activa participación en la promoción del sector turismo, su reactivación y el apoyo a la inter-

nacionalización de empresas turísticas y Tour Operadores del país en regiones foco. Ello con el objetivo adicional de aumentar la llegada de turistas extranjeros, el gasto turístico en Chile y reducir la estacionalidad. En este sentido, se priorizó el trabajo con las regiones de Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Aysén y Magallanes.

Además de destacar la activación en mesas de trabajo publico/privadas para:

- Atracción de Inversiones Turísticas
- Turismo Indígena
- Imagen Chile
- Turismo MICE
- Industria Aérea
- Juegos Panamericanos 2023

Como importante hito, y gracias a la alianza entre ProChile, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo, durante el 2022, se trabajó en distintas iniciativas relacionadas a la promoción de Chile en países como Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y China.

Otro evento sin duda importante fue la Ruta de Enoturismo 2022, instancia en la cual se invitó a 5 Tour Operadores más dos periodistas de Perú, de modo que pudieran conocer nuestra ruta de vinos, hotelería y obtener propuestas de las agencias contrapartes en Chile, para difundir la oferta del sector en destinos internacionales de interés, con Perú como país invitado en su primera versión 2022. El programa fue planteado para que las empresas peruanas participantes de esta rueda de negocios y fam tour, conozcan la oferta enoturística del Valle Central y la incorporen en sus paquetes o programas para contribuir con la recuperación de las visitas previas a la pandemia, de aproximadamente 1.100.000 turistas al año en el corto plazo, e incrementar este número a unos 2 millones de visitantes al 2027.

Adicionalmente, y con el objeto de potenciar el turismo entre Argentina y Chile, se materializó la participación de Chile en la Feria de Turismo Comodoro Rivadavia y Cumbre de Turismo de la Patagonia 2022, los días 20 y 21 de abril. El programa estuvo enfocado en las Instituciones públicas y privadas, donde participaron empresas de turismo de la Región de Aysén y Magallanes, Aerolíneas DAP, Gremios de Aysén, Municipalidad de Coyhaique, Municipalidad de Comodoro Rivadavia, 5 tour operadores de Buenos Aires y 31 empresas turísticas de la provincia de Chubut y Santa Cruz. En el marco de esta feria se realizó una rueda de negocios entre operadores turísticos. Además, se incluyeron paneles de conversación con temas de interés de acuerdo con la actualidad y charlas entre los propios asistentes.



02

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

II INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

La Dirección General de Promoción de Exportaciones -ProChile- es la entidad dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores.

El objetivo de ProChile es 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.

Para ello, la Ley faculta a ProChile para desarrollar y ejercer acciones como:

1. Estudiar, proponer y ejecutar todas las acciones concernientes a la participación de Chile en el comercio internacional.
2. Promover, facilitar y colaborar, en el marco de la política de comercio exterior, con el desarrollo de las exportaciones, incluido el posicionamiento de la imagen de Chile en el exterior, proponiendo las líneas de acción que estime convenientes. Para lo anterior, podrá ejecutar actividades de promoción y difusión tanto en Chile como en el extranjero, entre las cuales está la organización de la participación de Chile en ferias y en eventos comerciales internacionales como, asimismo, colaborar en la promoción y difusión en el exterior del turismo y en la atracción de la inversión extranjera hacia Chile, en especial cuando los órganos de la Administración del Estado competentes en la materia lo soliciten.
3. Analizar integralmente la participación de Chile en el comercio internacional, informando sus conclusiones y proponiendo las medidas que fueren pertinentes a la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, y formular propuestas a los sectores público y privado para la óptima participación en los mercados internacionales, la utilización de los acuerdos internacionales y el fomento de los flujos de comercio e inversión.
4. Proporcionar a los sectores público y privado información de orden técnico en materias de su competencia y atender las solicitudes de información que se le formulen.
5. Apoyar a los inversionistas chilenos en el extranjero.
6. Percibir los aportes que efectúe el sector privado para financiar actividades de promoción de exportaciones.
7. Percibir ingresos por concepto de servicios prestados a los sectores público y privado.
8. Desempeñar las demás funciones que le asigne la ley o los tratados internacionales ratificados por Chile que se encuentren vigentes.

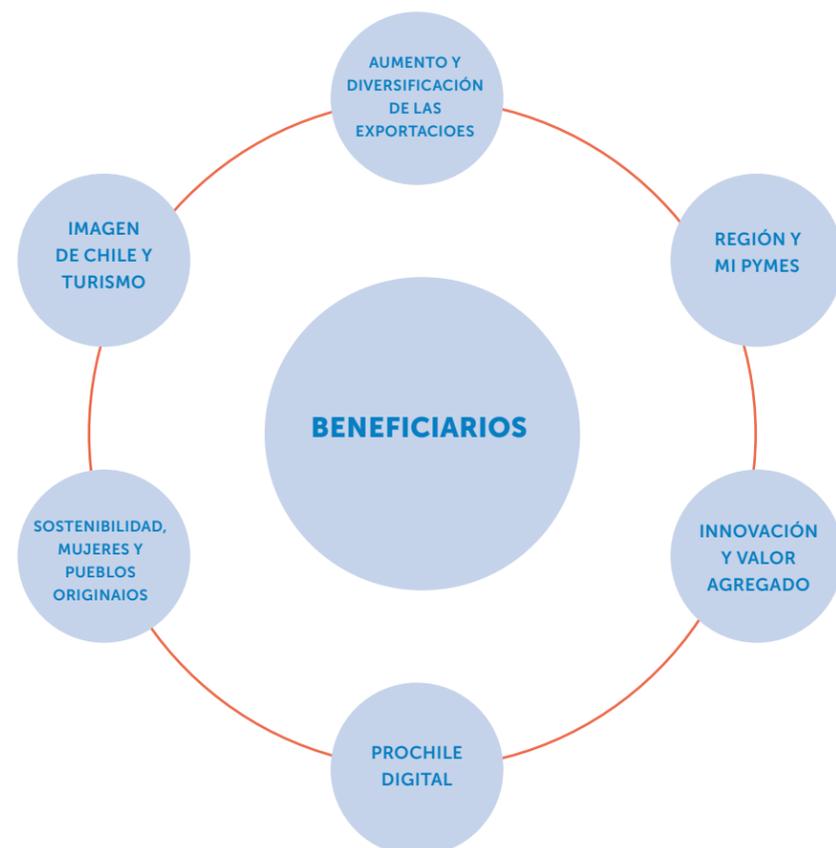
Visión:

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

Misión:

Contribuir al desarrollo sostenible del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas y la promoción de bienes y servicios, para el impulso de la diversificación de las exportaciones, la atracción de la inversión extranjera y del turismo, así como el fortalecimiento de la imagen país, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

Focos de Trabajo 2022



Nuestro Equipo

Al 31 de diciembre de 2022 la dotación de ProChile es de 535 funcionarias y funcionarios organizados como se detalla en la siguiente imagen:

535 FUNCIONARIOS Y FUNCIONARIAS DE PROCHILE **315** MUJERES **220** HOMBRES

CONTRATACIONES

59% Personal a Contrata Nacional
21% Personal País Sede Exterior
8% Personal Honorario Nacional
4% Personal a Contrata Exterior
4% Planta Nacional
3% Personal Código del Trabajo
1% Persona Planta Exterior

DÓNDE ESTAMOS

155 Red Externa
95 Regional
285 Santiago

PROCHILE EN EL MUNDO

71% (380) Dotación nacional
29% (155) Dotación Exterior



Gestiones realizadas propiciando el bienestar del equipo

Un hecho gratificante a nivel institucional fue la exitosa auditoría de mantención de la Norma NCH 3262 realizada por la empresa Applus lo que significó haber aprobado por un año más la certificación de la Norma NCh 3262 de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal. El equipo auditor destacó "la fortaleza del sistema y compromiso de la Institución".

- En línea con la Norma de Género NCH 3262 dentro de las medidas tomadas como institución para promover ambientes de trabajo satisfactorios y estimulantes, así como para favorecer el desarrollo personal y la salud integral, es que realizamos diversas actividades dirigidas a funcionarias y funcionarios como las que se encuentran a continuación:
- Webinar Cuidando nuestra salud mental en tiempos de cambio
- Webinar Equipos Sanos y Efectivos
- Webinar Prevención y Detección del Cáncer de mama en Chile hoy
- Capacitación de Reanimación CardioPulmonar (RCP) y Primeros Auxilios
- Webinar Prevención de la violencia Intrafamiliar
- Webinar Prevención y detección del cáncer de próstata
- Charla Cómo entender y prevenir la adicción digital en mi hogar
- Webinar Evaluación de desempeño y Mentalidad de crecimiento
- Charla online Habilidades parentales en momentos de crisis

- Webinar El ABC de la diversidad: iniciando las conversaciones con los equipos
- Webinar Lo invisible de la Equidad de Género en las Organizaciones: ¿Cómo podemos lograr una verdadera equidad?"

Otras iniciativas destacadas para promover el bienestar de los funcionarios fueron:

- Pausas Activas Presenciales
- Operativo de Salud
- Concurso Día del Padre 2022
- Concurso #ProChilePetShow2022
- Jornada de masaje en silla ergonómica
- Concurso #ProChileCookingShow2022
- Concurso Día de la Madre 2022

En pro de la convivencia entre quienes somos parte de esta Institución es que se generó el Manual de Seguridad y Convivencia de ProChile, el cual entrega lineamientos que buscan mejorar nuestra convivencia en el día a día, promoviendo ambientes de trabajo seguros.

Es importante destacar que en el mes de octubre fue aprobado el Programa de Seguridad Laboral, esta nueva herramienta es clave para apoyar la gestión institucional, pues nos permite contar con lineamientos claros de Higiene y Seguridad Laboral. En este contexto, el Programa de Higiene y Seguridad Laboral, busca asegurar que la Institución identifique los riesgos y prevenga los accidentes en el trabajo, proporcionando a todos(as) sus funcionarios(as) condiciones de trabajo seguras y saludables, a través de una asesoría integral por la Unidad encargada de la Prevención de Riesgos, de conformidad a la legislación vigente. Asimismo, busca crear una cultura de seguridad laboral en ProChile y dar cumplimiento a la normativa legal vigente.

Presupuesto institucional

La gestión realizada durante el año 2022 relativa al presupuesto asignado a esta Dirección General se detalla a continuación:

Ejecución Presupuestaria

Programas sectoriales de ProChile financiados con presupuesto del MINREL y con transferencias desde el Ministerio de Agricultura (Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias), Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera, Subsecretaría de

Minería - FIE y, Secretaría y Administración General de Hacienda, incluye gastos de personal, bienes y servicios de consumo e inversión.

El presupuesto de ProChile en 2022, según ley vigente, fue de MM\$ 44.483. La ejecución presupuestaria alcanzó un 93,21%, donde el gasto institucional consolidado en moneda nacional superó los MM\$ 41.464.-

Ejecución por tipo de Tipo de Gasto:

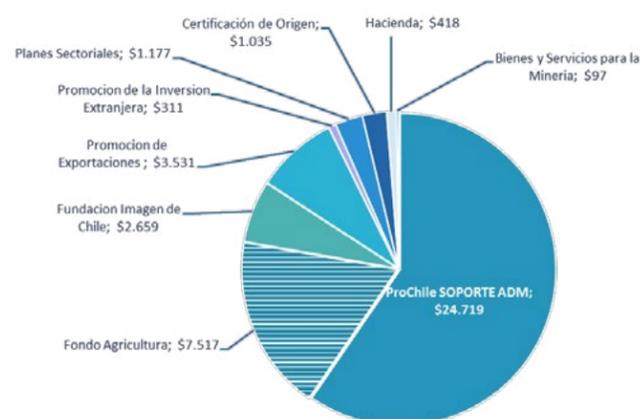
Denominación presupuestaria	Total (En MM\$)	% Ejecución
Gastos en personal	\$21.954	95,51%
Bienes y servicios de consumo	\$3.549	87,48%
Prestaciones de seguridad social	\$211	100%
Transferencias corrientes	\$13.311	93,43%
Adquisición de activos no financieros	\$625	80,78%

Gastos bajo la línea

Denominación presupuestaria	Total (En MM\$)	% Ejecución
Íntegros al Fisco	\$772	66,26%
Servicio de la Deuda	\$1.042	99,98%
Total Ejecución 2022 - Consolidada MM\$	41.464	93,21%

Distribución Ejecución por Línea Programática - Consolidado en moneda nacional
(tipo de cambio presupuestario \$739 para el año 2022)

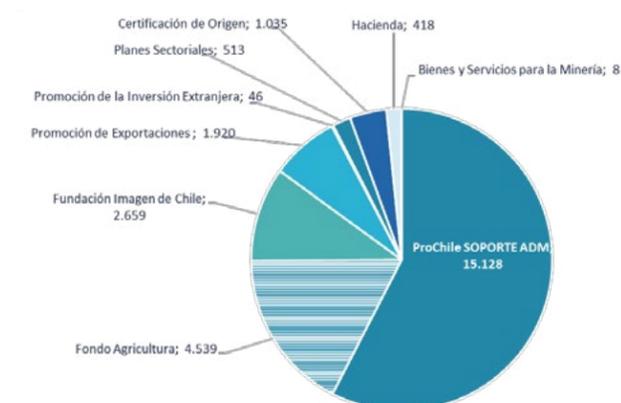
Líneas Programáticas	Presupuesto		Variación		Gasto Devengado	Sub-Ejecución	
	Inicial	Vigente	M\$	%		M\$	%
	(1)	(2)	(3)=(2)-(1)	(4)=(3)/(1)	(5)	(6)=(2)-(5)	(7)=(6)/(2)
PROMOCION DE EXPORTACIONES	43.583.696	44.483.028	899.332	2,1%	41.463.886	3.019.142	6,8%
ProChile SOPORTE ADM	26.697.544	26.136.459	-561.085	-2,1%	24.719.426	1.417.033	5,4%
Fondo Agricultura	7.338.333	8.434.123	1.095.790	14,9%	7.516.754	917.369	10,9%
Fundación Imagen de Chile	2.658.842	2.658.842	-	0,0%	2.658.842	-	0,0%
Promoción de Exportaciones	3.889.489	3.800.134	89.355	-2,3%	3.530.558	269.576	7,1%
Promoción de la Inversión Extranjera	239.729	442.730	203.001	84,7%	311.129	131.601	29,7%
Planes Sectoriales	1.356.672	1.363.252	6.580	0,5%	1.177.127	186.125	13,7%
Certificación de Origen	919.449	1.071.792	152.343	16,6%	1.035.199	36.593	3,4%
Hacienda	383.134	450.192	67.058	17,5%	417.879	32.314	7,2%
Bienes y Servicios para la Minería	100.504	125.504	25.000	24,9%	96.971	28.533	22,7%



Ejecución Presupuestaria Moneda Nacional (M\$)

Para el periodo presupuestario 2022, la Dirección General de Promoción de Exportaciones alcanzó una ejecución de 94% en moneda nacional, cifra importante dado el escenario nacional e internacional que se desarrolló en los últimos tres años.

Líneas Programáticas	Presupuesto		Variación		Gasto Devengado	Sub-Ejecución	
	Inicial	Vigente	M\$	%		M\$	%
	(1)	(2)	(3)=(2)-(1)	(4)=(3)/(1)	(5)	(6)=(2)-(5)	(7)=(6)/(2)
PROMOCION DE EXPORTACIONES	27.112.864	27.693.687	580.823	2,1%	26.265.275	1.428.412	5,2%
ProChile SOPORTE ADM	15.548.990	15.281.505	-267.485	-1,7%	15.127.726	153.779	1,0%
Fondo Agricultura	4.436.280	5.288.939	852.659	19,2%	4.539.070	749.869	14,2%
Fundación Imagen de Chile	2.658.842	2.658.842	-	0,0%	2.658.842	-	0,0%
Promoción de Exportaciones	2.448.439	2.138.862	-309.577	-12,6%	1.919.623	219.239	10,3%
Promoción de la Inversión Extranjera	24.680	110.180	85.500	346,4%	46.107	64.073	58,2%
Planes Sectoriales	693.050	668.374	-24.676	-3,6%	512.577	155.797	23,3%
Certificación de Origen	919.449	1.071.792	152.343	16,6%	1.035.199	36.593	3,4%
Hacienda	383.134	450.192	67.058	17,5%	417.879	32.314	7,2%
Bienes y Servicios para la Minería	-	25.000	25.000	0,0%	8.252	16.748	67,0%



Subejecución Presupuestaria Moneda Nacional - Análisis por Subtítulo

La subejecución del gasto autorizado alcanzó el 5% del total de nuestro presupuesto vigente al 31 de diciembre y obedece principalmente a la menor ejecución de los fondos concursables adjudicados a empresas del sector silvoagropecuario, servicios y economías creativas. Las empresas beneficiarias de estos fondos debieron modificar las fechas de ejecución de las actividades, desplazándolas para fines de año, inicios del 2023 o bien cancelando actividades ya financiadas.

Análisis de este resultado:

Subejecución del Subtítulo 21: Saldos corresponden a adscripciones del personal agrícola y de ProChile programadas para el último trimestre 2022, que finalmente no lograron ser generadas durante el periodo de ejecución 2022. Además de cupos agrícolas que no fueron reemplazados.

Subejecución del Subtítulo 22: Corresponde a procesos de compra generados a través de licitaciones públicas que finalmente fueron declaradas desiertas.

Subejecución del Subtítulo 24: El 7% no ejecutados corresponde al costo de arrastre generado por actividades asociadas a nuestros procesos y ejecución de Concursos, además de procesos de compras que no fueron finalizados durante el periodo y quedaron pendientes de facturación.

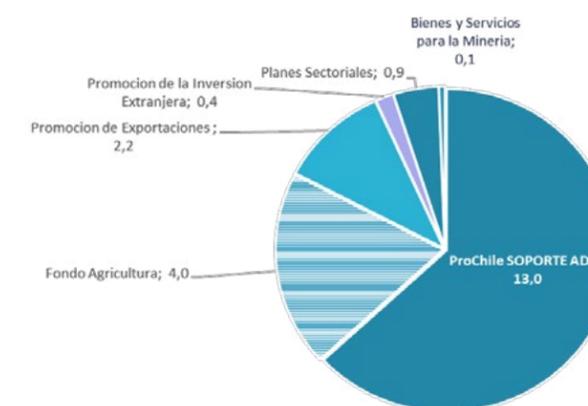
Subejecución del Subtítulo 25: corresponde a la devolución de saldos no utilizados durante el periodo de ejecución de los convenios que esta Dirección General mantiene vigentes con distintas instituciones públicas, la que fue inferior a lo programado inicialmente, esto producto de la eficiente gestión y utilización de recursos recibidos en administración y otorgados por la Ley de Presupuesto.

Subejecución del Subtítulo 29: La adquisición de Licencias Saldos correspondientes a eficiencia en la ejecución del gasto en materia de licenciamiento a nivel Institucional.

Ejecución Presupuestaria Moneda Extranjera (MUS\$)

La Dirección General de Promoción de Exportaciones alcanzó una ejecución del 91% en moneda extranjera, cifra importante dado el escenario nacional e internacional que se desarrolló en los últimos tres años.

Líneas Programáticas	Presupuesto		Variación		Gasto Devengado (5)	Sub-Ejecución	
	Inicial (1)	Vigente (2)	M\$ (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)		M\$ (6)=(2)-(5)	% (7)=(6)/(2)
PROMOCION DE EXPORTACIONES	22.288	22.719	431	1,93%	20.566	2.153	9,47%
ProChile SOPORTE ADM	15.086	14.689	-397	-2,63%	12.979	1.709	11,64%
Fondo Agricultura	3.927	4.256	329	8,38%	4.029	227	5,33%
Promoción de Exportaciones	1.950	2.248	298	15,28%	2.180	68	3,03%
Promoción de la Inversión Extranjera	291	450	159	54,64%	359	91	20,31%
Planes Sectoriales	898	940	42	4,71%	899	41	4,36%
Bienes y Servicios para la Minería	136	136	0	0,00%	120	16	11,73%



Subejecución Presupuestaria Moneda Extranjera (M\$) - Análisis por Subtítulo

La Subejecución del gasto en moneda en extranjera es del 9,5% registrada al 31 de diciembre:

Subejecución del Subtítulo 21: Saldos corresponden a sueldos no pagados debido a la demora en aprobación de modificación de remuneraciones y contratación de nuevos agregados comerciales. Adicional a lo anterior, existen saldos por rendir de los sueldos de diciembre, los que se rinden en el mes de enero.

Subejecución del Subtítulo 22: Montos subejecutados corresponden a saldos no utilizados en destinaciones de funcionarios, debido a la dificultad de concursar los cupos liberados en el año, esto considerando el atraso en la aprobación del decreto que entregó los recursos para estos efectos. La menor ejecución en Subtítulo 22 ME, se origina por el costo de nuestras oficinas comerciales en el exterior, y cuyas rendiciones no fueron procesadas al 31/12/2022. Por otra parte, es visible también el gasto asociado a las destinaciones y adscripciones que no fueron procesadas durante el ejercicio presupuestario, (efecto visible en MN y ME).

Subejecución del Subtítulo 24: Saldos no utilizados corresponden a compras que no alcanzaron a ser facturadas dentro del año, así como saldos de actividades de final de año que tuvieron un ahorro en su costo o inversión.

Subejecución del Subtítulo 29: Licitación declarada desierta el mes de diciembre 2022.

Gestión de Riesgo de Desastres y Emergencias

En el año 2022 dando continuidad al trabajo realizado en el año anterior se abordaron las siguientes temáticas, en contexto con la gestión de riesgo de desastres:

1.- Plan de Emergencias:

- Se actualizó Plan de Emergencia Edificio Teatinos N°180, Santiago.
- Se difundió Plan de Emergencia Edificio San Martín N°88, Santiago.
- Se realizaron capacitaciones masivas para todos los funcionarios de MINREL, a través de su comité paritario, orientada a manejo de equipos DEA (desfibrilador) y RCP (reanimación cardio pulmonar), con la finalidad de abordar eventuales emergencias.
- Se hizo difusión de la importancia de mantener vías de evacuación despejadas frente a una evacuación y autoprotección en emergencias.
- Se efectuaron inspecciones de seguridad en conjunto con Departamento de Prevención MINREL en vías de evacuación edificio Teatinos 180, con la finalidad de mantener áreas despejadas frente a una emergencia.
- Se actualizaron monitores de seguridad edificios Teatinos N°180 y San Martín N°88.
- Se coordinó simulacro anual en edificio San Martín N°88 (pendiente por contingencia nacional de incendios)
- Se realizó levantamiento a nivel regional de cumplimiento de Plan de Emergencia.

2.- Pandemia COVID-19:

Durante el año 2022 se actualizó el Protocolo según lo establecido por el Ministerio de Salud y se mantienen las siguientes medidas para garantizar un trabajo seguro en contexto de pandemia:

- Se mantiene directriz de cuarentena en teletrabajo para funcionarios con TEST covid-19 positivo, así también aquellos funcionarios considerados en alerta de COVID-19.
- Seguimiento de casos activos COVID-19 y Contactos Estrechos, control de personal contagiado y personas en alerta de COVID-19.
- Difusión de materias COVID-19: bajada de información relevante temas COVID-19

3.- Iniciativa por alerta de altas temperaturas en zona sur

- Teletrabajo funcionarios centro de trabajo Ñuble, debido a alerta Sanitaria de Incendios Forestales.
- Difusión medidas preventivas frente a exposición a altas temperaturas.
- Cabe señalar que ProChile, cuenta con un "Programa de Seguridad Laboral" que incluye temáticas de emergencias a trabajar durante el año.

Resultados de Gestión 2022

Compromisos Gubernamentales

Durante 2022 los Compromisos Gubernamentales de ProChile fueron:

- Integración económico-comercial latinoamericana para facilitar la formación de cadenas regionales de valor
- Política Exterior Feminista

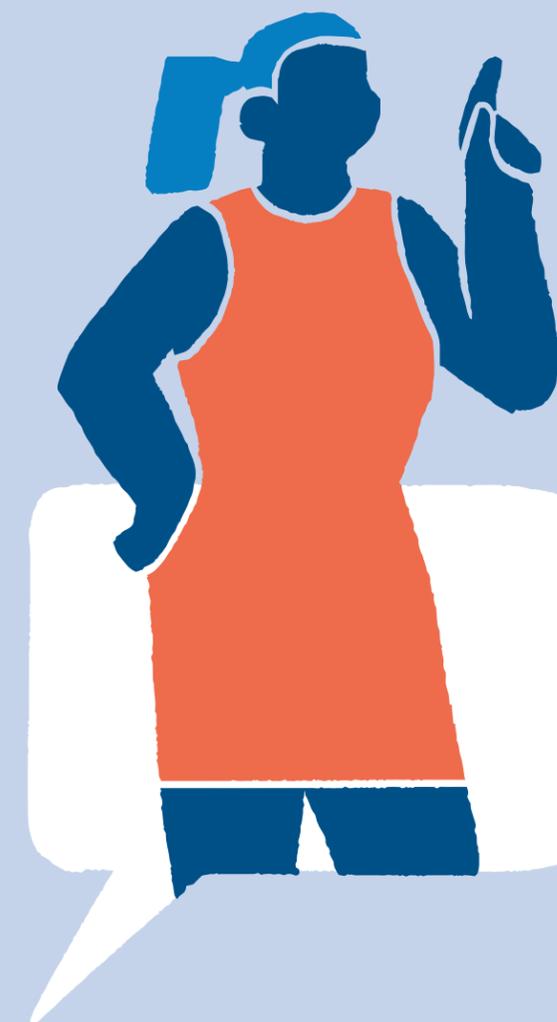
El Servicio desarrolló las actividades planificadas, ejecutando el 100%.

Cumplimiento instrumentos de gestión

- Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG): **95%**
- Convenio de Desempeño Colectivo (CDC): **100%**
- Convenio de Desempeño Institucional (CDI): **100%**

Convenios celebrados en 2022

Identificación Resolución Aprobatoria	Fecha	Institución	Objeto del Convenio
Resolución Afecta N°021.	05/01/2022	-CORFO	Convenio de colaboración y transferencia de recursos celebrado entre la Corfo y ProChile, con el objeto de llevar a cabo el Programa "ChileMass Emprende.
Resolución Exenta N°0105	14/01/2022	GORE Antofagasta	Convenio de Transferencia de recursos.
Resolución Afecta N°02.	07/03/2022	Fundación Imagen Chile	Programa de Trabajo del Proyecto de Colaboración, Transferencia de Recursos.
Resolución Exenta N°00423.	09/03/2022	Ministerio de la Cultura las Artes y Patrimonio.	Convenio de colaboración de Transferencia de Recursos.
Resolución Exenta N°00381	14/03/2022	Asociación Guatemalteca de Exportaciones	Convenio de colaboración.
Resolución Exenta N°00469	14/03/2022	Sociedad De Fomento Fabril	Convenio de Colaboración con la SOFOFA.
Resolución Exenta N°0082	21/04/2022	Federación de Asociaciones Gremiales Regionales Apícolas de Chile FG.	Convenio de colaboración y Transferencia de recursos
Resolución Exenta N°00814	21/04/2022	FIDAE	Marco de colaboración, cooperación.
Resolución Exenta N°01012	12/05/2022	Subsecretaría del Ministerio de Minería	Convenio de colaboración transferencia de Recursos y promover la internalización de empresas del sector minero.
Resolución Exenta N°01646.	21/07/2022	Ministerio del Medio Ambiente	Convenio de colaboración Promover "Programa Estado Verde".
Resolución Exenta N°1890.	16/08/2022	ASOEX	Convenio de colaboración y transferencia de fondos.
Resolución Exenta N°2252.	27/09/2022	Coalición de Desarrollo Gran Waukegan/Select Chicago	Convenio de Colaboración.
Resolución Exenta N°2578.	21/10/2022	Chile Prunes y Chile Nuts	Convenio de cooperación y transferencia de fondos.
Resolución Exenta N°0331	30/12/2022	CONADI	Convenio de Transferencias de Recursos entre la CONADI y ProChile.



03

RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA

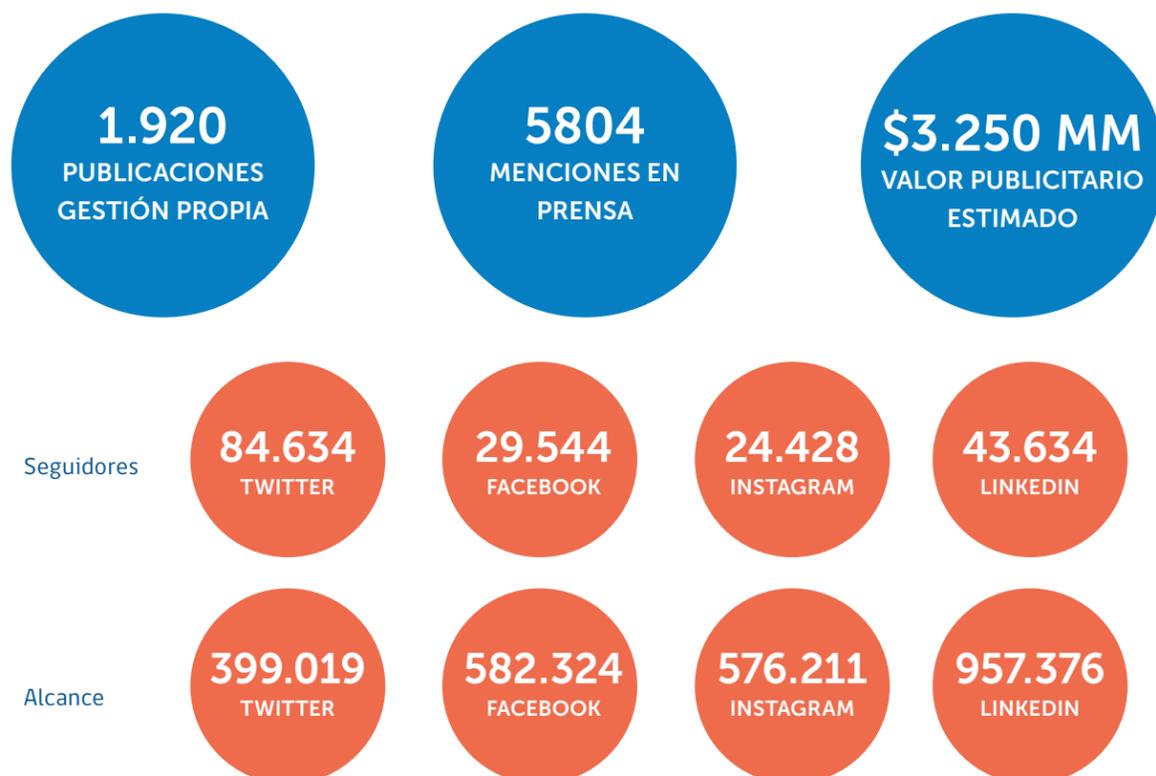


III. RELACIÓN CON LA CIUDADANÍA

Un medio de información relevante para informar acerca del quehacer institucional es el sitio web institucional www.prochile.gob.cl el cual registra 2.807 páginas vistas por día en un año con un tiempo total de navegación de 28,3 días y cada usuario vio un promedio de 2,19 páginas de la web. El detalle de las estadísticas de visitas es:

Sector	Gremios Beneficiados	Inversión Pública
Visitantes	Número de visitantes que han hecho al menos una visita al sitio web	261.275
Visitas	Sesiones o visitas efectuadas al sitio de ProChile por los usuarios durante el periodo 2022.	467.124
Nuevas visitas	Sesiones efectuadas por visitantes que acceden al portal ProChile por primera vez	258.854
Páginas vistas	Cantidad de páginas vistas	1.024.635

Presencia de ProChile en prensa y redes sociales



Atenciones totales

Sistema de Atención de Usuarios

Servicio de Atención Digital de Usuarios alojado en el módulo Centro de Ayuda que permite a la persona interesada en información relativa a exportaciones

revisar una amplia gama de temas y en la eventualidad de no encontrar lo requerido, enviar su requerimiento a través del formulario virtual publicado en este módulo. El resultado de este sistema se resume en:

Gestión Centro de Ayuda / Plataforma Zendesk

Visitas al minisitio Centro de Ayuda	Número total de visitas	122.000
Visitas a la Base de Conocimiento	Número total de visitas	105.361
Consultas atendidas mediante Plataforma Zendesk	Número total de atenciones	1.524

Acceso información por Ley de Transparencia

Durante el año 2022, ProChile recibió y atendió un total de 84 solicitudes de información por Ley de Transparencia.

Del total de solicitudes respondidas durante 2022, 65 de ellas concluyeron en una respuesta de ProChile, lo que corresponde a un 77,38% y de ellas más de un 60% fueron respondidas en un plazo igual o inferior a los 15 días.

Las principales solicitudes de información corresponden a materias relativa a funcionarios de la institución y procesos de selección de personal, alcanzando en conjunto el 18% de las solicitudes; distribuyéndose el resto entre solicitudes en temas como fondos otorgados por ProChile, herramientas de ProChile, rendición de gastos institucionales y

estadísticas de exportaciones.

Sistema de Atención Ciudadana

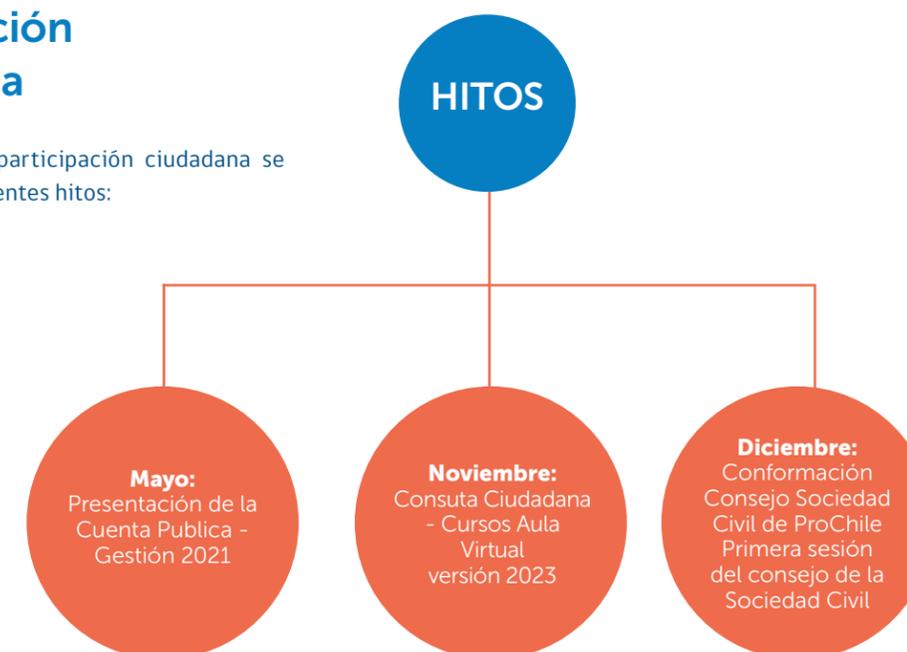
Este sistema permite recepcionar los requerimientos ciudadanos, a través del Formulario virtual de Contacto de la sección Atención Ciudadana del sitio web institucional.

En 2022 se recibieron 94 requerimientos los cuales fueron respondidos en su totalidad y el tiempo promedio de respuesta fue de 3 días.

Este sistema también abordó el indicador del PMG Reclamos Respondidos, el cual se cumplió en un 100%.

Participación Ciudadana

En el ámbito de participación ciudadana se destacan los siguientes hitos:





04

ESTRATEGIA 2023



IV. ESTRATEGIA 2023

Para el período 2023-2024 buscamos desplegar una estrategia de comercio exterior que impulse la internacionalización de las empresas chilenas, mediante la promoción de bienes y servicios, con el propósito de favorecer un desarrollo económico sostenible e inclusivo, consciente de sus impactos en el medio ambiente.

El trabajo hoy está centrado en los beneficiarios de ProChile, con el fin de que más empresas, especialmente Pymes, se sumen al proceso exportador y también aumenten el volumen y monto de sus envíos, todo esto, con el objetivo de aportar a la generación de empleo y a la economía nacional.

Para ello, ProChile ha definido 4 objetivos estratégicos y pilares de trabajo para su gestión:



Objetivos Estratégicos

Impulsar el proceso de internacionalización de las empresas representativas de todas las regiones, incorporando la perspectiva de género en las herramientas institucionales que van en apoyo a estas empresas, con especial énfasis en las MiPymex de Servicios, Industrias 4.0, Economía Creativa y Agro & Alimentos.

Impulsar la diversificación de la oferta exportable y los mercados de destino a través de herramientas de promoción que potencien el comercio exterior inclusivo, incorporando la perspectiva de género en su análisis, diseño e implementación.

Contribuir al desarrollo sostenible e inclusivo de Chile, a través del apoyo en el proceso de internacionalización de Empresas Lideradas por Mujeres, que pertenezcan a Pueblos Originarios, empresas que cuenten con gestión sostenible o sean empresas innovadoras.

Avanzar en un proceso de Transformación Digital que permita reconocer y abordar oportunidades de mejora, a través de la identificación de los procesos generales de la Institución.

Pilares de Trabajo

Para cumplir con nuestros objetivos, hemos definido los siguientes pilares de trabajo:

1 Pymes:

Pondremos acento en trabajar con las Pymes, ese segmento que solo aporta con el 3,7% del valor total exportado por el país, pero que representa el 42,2% de las empresas exportadoras y aporta con 49 mil empleos. Queremos centrar nuestro esfuerzo en ellas, para que exporten mayor volumen, valor y para que aquellas que aún no exportan lo hagan.

En 2022, ProChile trabajó con 1.197 Pymex, que representan el 44% de estas empresas a nivel nacional. Nuestra meta es llegar a apoyar a 1.400 Pymex en un horizonte de 3 años.

Trabajaremos para que estas empresas exporten a más mercados (diversificación). El 56,8% de las Pymes exportadoras del país lo hizo a 1 mercado en 2022, y sólo el 9,6% exportó a más de 5 mercados. Las empresas que trabajan con ProChile que solo exportaron a un mercado el 2022, alcanzaron el 34%, es decir, aquellas que trabajan con la institución tienen un mejor desempeño exportador, demostrando que ProChile es un aliado estratégico para este proceso. Queremos que el 47% de los beneficiarios exporten a un mercado diferente al que exportaban hace 2 años.

Adicionalmente, trabajaremos con aquellas empresas que exportan en forma intermitente o recién comienzan a exportar, para que puedan realizar sus envíos en forma continua. También trabajaremos con aquellas empresas que aún no han exportado, pero específicamente con aquellas que reúnen las condiciones para internacionalizar su oferta. Para ello segmentaremos a estas empresas y los servicios que les entregaremos, buscando dar respuesta a sus necesidades de acuerdo con lo que cada grupo requiera.

Pondremos énfasis en exportaciones de manufacturas. La mayoría de las empresas Pymex que experimentan intermitencia en sus envíos internacionales pertenecen al sector manufactura. Es también un sector con alto valor agregado, que implica tecnología, innovación, y desarrollo sostenible. También seguiremos apostando por la exportación de Servicios y Economía Creativa.

2 Latinoamérica:

La gran mayoría del total de empresas exportadoras destina sus envíos a Latinoamérica (un 33% lo hace a Sudamérica), y este porcentaje es mayor entre las Pymes, llegando al 65%.

Sin embargo, en términos generales, estos envíos solo representan el 15% del monto exportado por el país al mundo. La gran mayoría de las exportaciones de servicios y de manufactura tienen como destino principal Latinoamérica, y la mayoría de las empresas de estos sectores son Pymes. Además, por razones culturales, idiomáticas y de cercanía geográfica, muchas pequeñas y medianas empresas miran hacia esta zona geográfica para realizar sus primeras exportaciones. Por todas estas razones, Latinoamérica es prioritaria para esta administración.

Queremos que Sudamérica se consolide como un destino relevante para seguir diversificando los envíos del país, con exportaciones de bienes y servicios que involucran desarrollo de innovación, tecnología, talento y aportando a la construcción de la imagen país en el exterior.

Esto no significa que dejaremos de lado zonas que son destinos claves para nuestra oferta exportable, como es el caso de Asia, Europa y Norteamérica. Sabemos que hay una concentración de mercado en los envíos nacionales. De hecho, en los últimos 10 años, los envíos a Asia han crecido 61,5% explicado especialmente por el interés hacia China entre los exportadores y la demanda de este mercado por los alimentos chilenos, principalmente fruta fresca. Hoy las exportaciones a Asia representan el 43% del total enviado por el país al mundo. También trabajaremos con los proveedores de industrias exportadoras consolidadas: Alineados con la política de gobierno de expandir la base y matriz exportadora del país, queremos conocer a los proveedores de bienes y servicios de industrias consolidadas, que les han permitido a consolidados sectores exportadores ser líderes a nivel mundial. Algunos ejemplos son el frutícola, vitivinícola, acuícola, minero, forestal. En torno a estos sectores, en los que Chile tiene un liderazgo mundial, hay cientos de Pymes con alto nivel que les proveen de bienes y servicios para que ellos puedan exportar. Queremos salir a buscar a esas empresas para incentivarlas a exportar.

De acuerdo a nuestros registros, existen 119 empresas proveedoras acuícolas, 140 empresas proveedoras para el agro, 467 empresas proveedoras para la Industria Forestal, 444 empresas proveedoras para la Minería.

Continuidad:

ProChile seguirá trabajando estrategias sectoriales para Agro y Alimentos, Industrias 4.0, Servicios y Economía Creativa.

Alineados con la política de gobierno de expandir la base y la matriz exportadora del país, y de trabajar por un comercio exterior inclusivo y sostenible,

las prioridades comentadas y todo el trabajo de ProChile seguirá cruzado por cinco ejes estratégicos: Innovación, Sostenibilidad, eCommerce, Género y Pueblos Originarios, estos ayudarán a alcanzar los objetivos de sumar más Pymes a la cadena exportadora, trayendo beneficios concretos para el país.

Innovación

ProChile no solo busca que exporten los proveedores de bienes y servicios de los sectores consolidados, sino también aquellos empresarios que entregan soluciones innovadoras incrementales (mejoran procesos existentes) y disruptivas (procesos que traen cambios radicales) que los hacen competitivos, y que, en definitiva, aportarán a la sofisticación de la matriz exportadora.

Sostenibilidad

ProChile sigue en la implementación de su Política de Sostenibilidad al 2030 en sus cinco dimensiones, promoviendo la transformación institucional y la promoción de la oferta exportable chilena con atributos sostenibles, llevando soluciones locales a problemas globales. En las acciones hacia los beneficiarios, considera la mantención del Test de Gestión Sostenible, herramienta de autodiagnóstico gratuita que permite conocer el estado de avance en gestión de las empresas y hacer recomendaciones a cada una; integración de acciones sectoriales para la promoción de empresas con gestión sostenible en la promoción de exportaciones; participación en instancias de promoción de imagen país en sostenibilidad, como COP28; y articulación para la promoción de la industria del H2V y su cadena de valor.

e-Commerce

No cabe duda de que los canales digitales se han convertido en una gran oportunidad de crecimiento para las empresas, sobre todo para las Pymes, y en un importante motor para las exportaciones. Durante el 2023, ProChile capacitará a las empresas buscando que sean autónomas en su proceso de ingreso y mantención en los Marketplace internacionales. Adicionalmente, se incorpora un programa de crossborder, formato de exportación accesible para microempresas y rápida ejecución, y que ya fue testeado en 2022, y una serie de coachings que entregarán una asesoría integral y personalizada.

Género - Pueblos Originarios

A través del subdepartamento de Género y Pueblos Originarios seguiremos trabajando para generar un comercio internacional más inclusivo.

Los focos están puestos en el empoderamiento económico femenino y de empresas de pueblos originarios en el ámbito exportador. Los ejes de trabajo son: Formación, Internacionalización, Vinculación y Posicionamiento.

Esta unidad además tiene el encargo de incentivar la perspectiva de género en todas nuestras acciones, tanto internas como externas. En mayo cumpliremos un año desde la obtención del sello Iguala Conciliación del Ministerio de la Mujer y Equidad de Género. En su momento fuimos **el cuarto servicio público en lograr esta aprobación**, y acabamos de renovar nuestra certificación en la norma Norma Chilena 3262, manteniendo el sello Iguala.

Estrategia de Trabajo Coordinada y Articulada:

Para lograr lo propuesto es necesario articular un trabajo colaborativo y coordinado con el sector público y privado.

Se continuará trabajando muy de la mano con grandes sectores exportadores y sus organizaciones gremiales relacionadas. Seguiremos fortaleciendo y consolidando lo logrado por muchos de estos sectores que han abierto la puerta del mundo para cientos de pequeñas empresas, inspirándolas a llegar lejos.

Continuaremos potenciando el rol articulador de ProChile, trabajando junto a otras entidades públicas como lo son el Ministerio de Agricultura en la promoción de los agroalimentos; InvestChile, para apoyar la llegada de inversiones al país; Corfo, para continuar el trabajo conjunto en temas de internacionalizar la innovación; Sernatur para el incentivo del turismo; CONADI para apoyar a los emprendimientos realizados por personas pertenecientes a los pueblos originarios y en general con toda la institucionalidad pública que nos permita seguir aportando al desarrollo de nuestro país desde sus respectivos sectores y roles.



ANEXO: PREGUNTAS Y COMENTARIOS AL TEXTO PRESENTADO

Instancia	Planteamientos recibidos
Presentación presencial	3
Miembros del Cosoc	10
Formulario virtual	0

Preguntas planteadas en la presentación presencial

PREGUNTA	PRONUNCIAMIENTO DEL SERVICIO
¿Qué rol juegan las 16 oficinas regionales de ProChile en la estrategia 2023-2025?	<p>Para ProChile las oficinas regionales son fundamentales ya que nos permiten conectarnos con los territorios que es desde donde se genera la oferta exportable. ProChile cuenta con Oficinas en todas las regiones del país y su labor se orienta a buscar las empresas con oferta exportable.</p> <p>Nos hemos puesto el desafío de traer más Pymes al camino de las exportaciones y tenemos que salir a buscarlas, identificar los productos que están ofreciendo y cómo quieren llegar a los mercados internacionales. Para eso, nuestras oficinas regionales pueden acercarlas a los diferentes instrumentos de apoyo de la institución. Por otro lado, estas oficinas son una puerta de entrada a ProChile, ya que si bien, hay distintas formas de entrar a la institución como la página web, por ejemplo, nuestros ejecutivos regionales son los que atienden directamente a las empresas; son nuestro primer encuentro con los beneficiarios. Por tanto, todo el trabajo de la red regional es fundamental para mostrar a ProChile y desarrollar un trabajo a largo plazo con las empresas. Además, tienen un rol muy relevante en todo lo relacionado con la coordinación con los gobiernos regionales.</p>
De manera concreta en la estrategia 2023, ¿Qué propone ProChile para apoyar la internacionalización de la innovación?	<p>La innovación es otro foco importante para nosotros por muchas razones. Una tiene que ver con nuestra imagen país. Acabo de estar en México y es impresionante constatar que nos ven como un país donde la innovación es muy relevante y que poseemos un ecosistema de innovación muy potente. Queremos potenciar y hacer más grande la participación de las Pymes y startups en nuestras exportaciones y a través de la innovación, tenemos el potencial de poder aumentar su valor. En este sentido, estamos desarrollando distintos ejes para apoyarla. Por una parte, queremos apoyarlas en estrategias de búsqueda de financiamiento, para lo cual estamos trabajando con el programa "Investment Readiness", que está centrado en Miami, Bogotá, España, donde las apoyamos con metodologías apropiadas para levantar recursos.</p> <p>También en todo lo que tiene que ver con presencia en eventos internacionales relacionados con la innovación y la tecnología. Acabamos de participar en StartCo, Colombia y a mitad de año participaremos en London Tech Week, que son ferias claves donde el ecosistema mundial está presente. Además, junto al vicepresidente ejecutivo de Corfo, lanzamos recientemente una nueva versión de GoGlobal y después, la segunda versión de ProChile Global X en Europa.</p> <p>Somos un país de 18 millones de habitantes y si nuestras empresas quieren crecer, tienen que salir para levantar capital y hacerse globales. Esto no significa que van a perder la conexión con Chile, simplemente la ayudamos para que crezcan.</p>
A nuestro juicio ProChile y Sercotec son los servicios que más aportan al desarrollo de las Mipymes, ¿Qué trabajo hay en conjunto? ¿Cómo podemos convencer a las autoridades de otorgarles más recursos?	<p>Con Sercotec estamos trabajando en conjunto. Tenemos un acuerdo de colaboración que estamos implementando, ya que Sercotec tiene gran valor en el desarrollo productivo de las empresas nacionales y ProChile tiene la capacidad de poder apoyarlas en su internacionalización. Respecto de cómo podemos convencer a las autoridades para que haya más presupuesto, estamos en ese trabajo, pero también todas las ideas son bienvenidas.</p>

Comentarios y opiniones presentados por miembros del Cosoc de ProChile

OBSERVACIÓN / COMENTARIO	PRONUNCIAMIENTO DEL SERVICIO						
<p>Sector salud profundizar las acciones realizadas el año 2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ExpoDubai - misión Centroamérica - ISP <p>(Cámara Nacional de Laboratorios)</p>	<p>ProChile coordinó en el marco de la Expo2020Dubai, en 2022, la realización de la semana de los usos alternativos del cobre en el Pabellón de Chile. Esta actividad contó con una delegación de 17 empresas chilenas que viajaron a Emiratos Árabes Unidos, las cuales tuvieron la oportunidad de reunirse con distintas contrapartes locales e internacionales, además de llevar a cabo una exposición de productos en el Pabellón de Chile.</p> <p>Sobre la Misión Comercial Centroamérica, realizada en 2022, participaron 10 empresas representantes de laboratorios farmacéuticos nacionales, desarrolladores de insumos, dispositivos médicos y aplicaciones del cobre, concretándose 120 reuniones de negocios en Guatemala, 102 en Costa Rica y 130 en Panamá.</p> <p>Respecto al ISP (Instituto de Salud Pública), como una institución del sector público, tenemos una vinculación estrecha de trabajo en lo relacionado con la promoción de exportaciones con los diferentes entes regulatorios del país. Destacaría ahí un trabajo conjunto con ISP realizado con entes regulatorios de los mercados de Centroamérica, permitiendo mostrar los altos estándares de la industria farmacéutica chilena, relevándose Chile como un referente en este sector productivo. Con lo cual esperamos también potenciar sus exportaciones. De hecho, empresas exportadoras del sector salud estarán también con su oferta exportable en el próximo Encuentro de Negocios en Panamá, en el mes de septiembre 2023.</p>						
<p>Incorporar algo relacionado con la Certificación de Origen de los productos exportados y de las entidades que efectúan dicha labor por cuenta de Prochile - (Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile)</p>	<p>El certificado de origen es el documento utilizado para acreditar que los productos exportados cumplen las reglas de origen de un acuerdo comercial determinado y permite al importador acogerse en destino a las preferencias arancelarias que se han establecido en los distintos acuerdos comerciales. Todo lo cual otorga competitividad a nuestras exportaciones.</p> <p>El sistema de certificación de origen se sumó al proceso de Transformación Digital, modernizándolo además con los socios comerciales, trabajo articulado con SUBREI y entidades certificadoras, con la implementación de diversos sistemas como la certificación mediante Código QR y concretado durante el año anterior con Ecuador, Tailandia. Este año se está implementando con Japón.</p> <p>Además, ProChile licitó la certificación de origen de los productos que se certificaban en el SAG, Sernapesca y Cochilco y que se adjudicaron SOFOFA y UCCO (Unidad Central de Certificación de Origen S.A.), lo que permitió sumarlos a la certificación on-line, con el objeto de facilitar a los exportadores la emisión de certificados de origen a los mercados de Bolivia, Cuba, Ecuador, Mercosur, Perú y Venezuela.</p> <p>En el año 2022, se integraron 19 empresas como Exportador Autorizado a la UE y Reino Unido, alcanzando un total de más de 100 empresas beneficiadas, lo cual facilita su acceso a ambos mercados.</p>						
	<p>Estadísticas totales de certificados de origen emitidos por año y número de empresas que certifican a China, UE, EFTA y Reino Unido.</p>						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>AÑO</th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° Certificados de origen emitidos</td> <td>211.998</td> </tr> <tr> <td>N° Empresas con certificación ProChile</td> <td>1.494</td> </tr> </tbody> </table>	AÑO	2022	N° Certificados de origen emitidos	211.998	N° Empresas con certificación ProChile	1.494
AÑO	2022						
N° Certificados de origen emitidos	211.998						
N° Empresas con certificación ProChile	1.494						

Comentar que el Foco en la Pymex no me suena bien estratégicamente porque, según la ausente definición de empresa beneficiaria de la cuenta, ocurre que:

- Pymex son el 45% de los beneficiarios que aportaron el 3% de los montos exportados y 28.507 empleos.

- Empresas Grandes son el 40% de los beneficiarios que aportaron el 96% de los montos exportados y 513.521 empleos.

- El 15% de empresas beneficiarias restantes no son ni Pymex ni Grandes. se menciona la inexistencia de info sobre su tamaño, lo que a mi juicio es un porcentaje altísimo de "Beneficiarios" que por aritmética regular explicarían el 1% de los montos exportados (o sea, casi nada) ¿Cómo es que se apoya a estas empresas? ¿vale la pena ese 15% del esfuerzo?

Con toda la transparencia del mundo y sin ánimos especiales los invito a cuestionar el eje Pymex y mejorar un poco el apoyo a Beneficiarios que aportan más decididamente al monto exportado y empleo, sobre todo regional. Finalmente, el crecimiento de las exportaciones de las empresas grandes desarrolla más las Pymex que el apoyo directo a ellas como exportadoras (lo que no debe estar ausente, pero en su justa medida).

Temas que también noto un poco ausente de la cuenta es la Modernización de Prochile (un profundo análisis de cómo la tecnología actual puede ayudarnos a ser más eficientes alrededor del Mundo) y la participación de privados en las definiciones estratégicas de la Imagen País.

Osaka 2025 es una gran instancia para aportar a la imagen país en el mercado de Japón que es muy interesante para la industria agroalimentaria y quizás sería bueno, instar a ProChile a que vaya considerando desde ya planes donde pueda coordinar con la fundación y con los privados que se pueda tener una buena participación en la feria mundial porque creemos que es una gran instancia que aporta a la imagen país y que nos lleva a los cierres de negocio prácticamente, que es super bueno para todos. (EXPORLAC)

Agradecemos su comentario. Es verdad que hemos planteado como uno de los énfasis de esta gestión el apoyo a las Pymes exportadoras, lo cual de ninguna manera significa que dejaremos de lado nuestro trabajo con el resto de las empresas exportadoras chilenas de los sectores más tradicionales. ProChile busca contribuir a la construcción de un comercio exterior más inclusivo. Gran parte de lo exportado por el país no realizan las grandes empresas y buscamos que las pequeñas también conozcan el beneficio que trae la exportación a sus emprendimientos, y por supuesto, seguir aportando al crecimiento del país a través de las exportaciones.

Sobre la modernización de nuestra institución, ProChile ha trabajado fuertemente en la modernización de forma interna. En los últimos años hemos avanzado muy significativamente en la digitalización de la gran mayoría de nuestros procesos administrativos de gestión, lo cual nos permite también ser más eficientes en la atención hacia nuestros beneficiarios. Asimismo, hemos avanzado también en la modernización de los procesos en los que interactuamos con las empresas. Esto contribuye para que el proceso exportador de las empresas sea más ágil y eficiente.

Respecto a Osaka 2025, estamos coordinando los elementos finales para participar en Expo Osaka 2025.

Felicidades a ProChile en entender que su vocación y objetivos estratégicos deben estar basados en el desarrollo de la MiPyme Exportadora, con foco en Latinoamérica y con incorporación de valor agregado, esperamos que el Estado en su conjunto apoye dicha orientación. (ASEXMA)

PROCHILE en sus casi 50 años de existencia ha jugado un rol indiscutible en su apoyo para abrir puertas y colocar producción chilena en los mercados internacionales más allá de la histórica minería; a partir de la ampliación de la matriz productiva de la ruralidad en la segunda mitad del siglo pasado y de la orientación país a la agroexportación son muchos rubros que se abrieron camino hacia mercados internacionales yendo siempre de menos a más, en el sentido anterior creo de justicia que haya una orientación hacia las Pymex, no podemos invisibilizarnos y esperaríamos una mayor solidaridad de la gran empresa en nuestros desafíos y aporte desde lo micro a nuestro país. (Red Apícola nacional)

ProChile ha trabajado en eso y creo es una política que debería mantenerse y profundizar. No llevar a Ferias Internacionales a exportadores que no cumplan con requisitos mínimos de factibilidad comercial de mediano y largo plazo, para resguardar la imagen país de ser oferentes serios y responsables.

Todo hay que hacerlo en su justa proporción y potenciando el negocio que cada uno puede hacer. ¡Nada más triste que un emprendedor Pyme quiebre! Con ello se pierde su capacidad de realizar nuevos emprendimientos. (ChileAlimentos)

ProChile no es sólo plata y eso me pasa a mí, también hay que valorar lo que hace ProChile que no tiene que ver con recursos. Sería una oportunidad de mejora muy importante, que no solo lo que se cuente es lo que se hace con plata sino que también hay mucha gestión que creo que hay otras industrias que también lo valoran. La gestión que hace ProChile en los mercados, entonces creo que eso falta y creo que es el valor para que la gente también entienda que ProChile no es solo dar recursos para viajar, ProChile es mucho más que eso, hay un valor tanto en las oficinas

Agradecemos su opinión, la cual es muy valiosa para la gestión de la Institución y refuerza nuestro trabajo. Sin duda, Latinoamérica es uno de los mercados importantes para los envíos del sector industrial, con lo que este sector significa para agregar valor a nuestros envíos, de modo que esperamos seguir trabajando con este segmento, y sumarlos a las diferentes actividades programadas, a través de nuestras herramientas de promoción.

Agradecemos muchísimo su aporte. Dentro de la amplia labor que desarrolla ProChile está el estrecho vínculo que mantiene con todos los gremios chilenos relacionados con la exportación, ya sean grandes, pequeños o medianos. La cuenta pública entregada, con la presencia de todos y todas ustedes es parte de este trabajo, que esperamos sirva también para profundizar el diálogo, los vínculos de cooperación entre los diferentes sectores productivos.

Agradecemos su opinión. Importante es tener en consideración que las empresas que normalmente se suman a las diferentes actividades de promoción coordinadas por ProChile -entre las cuales están las ferias internacionales son clave- pasan por un riguroso proceso de selección a través de las convocatorias, cuya evaluación considera diversos ítems dentro de los cuales está la calidad de la oferta exportable, su potencial en el mercado objetivo, etc., proceso de análisis en que participan las oficinas regionales, las oficinas comerciales y los sectorialistas.

Agradecemos su comentario. Tiene toda la razón; sabemos que el trabajo que hay detrás de cada uno de los funcionarios y funcionarias de ProChile. Más allá del aporte para las actividades de promoción, estamos hablando de profesionales altamente capacitados que nos ayudan a tareas desde facilitar la gestión administrativa, hasta personas que brindan una asesoría de gran importancia para las empresas. Tenemos que poner más en valor todo eso.

Respecto a Osaka 2025, estamos coordinando los elementos finales para participar en Expo Osaka 2025.

Información acerca de las oportunidades comerciales que implican los acuerdos comerciales, es abordada por la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, entidad que ha elaborado documentos al respecto. Por estimarlo de su interés puede revisar el documento titulado Evaluación arancelaria y comercial del CPTPP: un análisis basado en la evidencia, al que puede acceder mediante el link:

regionales como comerciales que hay que ponerlo en valor, yo eche de menos un poquito eso, que no sea solo plata.

Osaka es tema, es como es una feria universal como ExpoDubai, Chile tiene que dar la respuesta a nivel país, entonces yo creo que todos tenemos que tratar de hacer el esfuerzo de nosotros levantarlo como tema y no solo para los alimentos, es una oportunidad.

TPP es un montón de oportunidades para todos los sectores y creo que también es una oportunidad de que ProChile transfiera al sector privado las oportunidades relacionadas a la acumulación de origen en Japón con el TPP.

(ChileCarne)

ProChile tiene una tremenda palanca (no pecuniaria) todo lo que es coordinación, darle énfasis y de alguna manera poder enfocar no solo los esfuerzos de ProChile sino que, de alguna manera desde el punto de vista del comercio exterior, nos parece que ProChile es un tremendo punto de encuentro donde todos los sectores deberíamos conversar. Sin embargo, pienso que hay pasos adicionales que dar y hago más referencia a la estrategia futura porque si bien el reporte habla más bien del año 2022, nos interesa mucho lo que se va haciendo hacia adelante, sobre todo con el nuevo director Ignacio Fernández.

El tema de sustentabilidad yo creo que, incluso ProChile estuvo y también Odepa trabajando y viendo estrategias de sustentabilidad que hay en los distintos gremios o sectores. Pienso que ProChile es un muy buen punto de encuentro donde eventualmente podríamos aunar todo un mismo esfuerzo y por lo tanto generar un impacto más potente.

Se agradece mucho que ProChile haya tomado la iniciativa de abrir esta oficina en Mumbai porque eso nos ayudara a sensibilizar a un país tan complejo como India, pero a la vez tan atractivo.

Creemos que es importante hacer un trabajo estratégico en cuanto a priorizar como podemos levantar recursos para apoyar idealmente un día una campaña imagen país pero una campaña sólida, potente, donde estemos todos detrás y donde haya

<https://www.subrei.gob.cl/estudios-y-documentos/documentos/detalle-otras-fichas-y-reportes/evaluacion-arancelaria-y-comercial-del-cptpp-un-analisis-basado-en-la-evidencia>

Agradecemos sus comentarios y estamos de acuerdo en lo que usted plantea.

Esta cuenta pública trató de destacar lo realizado durante el año 2022, pero en ProChile y sobre todo después de asumir este cargo a principios de año, estamos trabajando en una estrategia de aquí a 2025, donde hemos puesto el énfasis en apoyar a las Pymes, lo que no significa que dejaremos de trabajar con las grandes empresas. Asimismo, fijaremos el foco en Latinoamérica, porque este es un lugar natural de internacionalización de las Pymes. De igual forma, seguiremos con nuestro trabajo en los demás mercados.

Por otra parte, queremos buscar a todas esas empresas proveedoras de servicios de los grandes sectores exportadores chilenos para que puedan exportar y ofrecer sus servicios al mundo y no dejaremos de trabajar con los ejes transversales como son la sostenibilidad, Innovación, Género y Pueblos Originarios.

En sostenibilidad y sustentabilidad, buscamos apoyar a las empresas en que haya una producción con menor impacto ambiental, con esfuerzo por avanzar en una economía circular. Asimismo, trabajaremos con el sector privado en su adaptación al cambio climático. En inocuidad, apoyaremos la producción de alimentos orgánicos, naturales y trazables, y el uso de certificaciones.

La reciente inaugurada oficina de ProChile en Mumbai, cuya apertura obedeció a la evaluación realizada acerca de las oportunidades que representa para la oferta exportable chilena, gracias al reciente crecimiento de su clase media, la cual busca productos importados, de alto valor agregado y con un llamativo packaging, que aumente el valor y categorización de su compra.

India como mercado de interés, suscitó la organización de una misión comercial, realizada durante este mes de junio, la cual marcó un hito en la colaboración público-privada y permitió ir bajo un mismo paraguas. Es decir, antes los importadores y autoridades indias, fuimos en bloque, como un solo Chile promocionando algunos de nuestros mejores y más selectos bienes de exportación.

Por otro lado, entendemos que la Fundación Imagen de Chile, entidad que coordina directamente el tema de nuestra imagen internacional, también está en contacto con los diferentes gremios exportadores. Como

recursos. Yo creo que la comunicación público-privada entre eso podría establecer una muy buena estrategia, tanto de campaña como para levantar recursos a nivel privado y público. (Consejo Exportador de Alimentos)

En las reuniones que hemos sostenido, me parece que el director Fernández, fue bastante claro, a pesar de que la estrategia se muestra muy fuertemente marcada hacia la dirección Pymex, se entiende y se desprende de sus propias palabras, que esto no es binario y no irá en una dirección en desmedro de otra y nosotros evidentemente quiere entender que eso es efectivamente lo que va a ocurrir. Uno quiere esperar que la dirección que ha tenido ProChile básicamente como socio estratégico prácticamente de todas nuestras industrias va a permanecer inequívocamente en el mismo camino que ha tomado siempre, tal como decía la Pía, esto no se trata de la plata, ProChile es infinitamente mucho más que eso.

Creo que ProChile cumple un rol histórico que lo conocemos todos, que lo compartimos todos, uno puede poner algo más de matiz, algo más de fuerza, dados los tiempos que estamos viviendo, pero eso no implica que ProChile sigue siendo nuestro principal socio en términos de la autoridad no solo comercial, sino que, de promoción, de imagen, de construcción de valor, de marca país y eso no puede perderse ni por un minuto, eso por ahora. Suscribo lo de Osaka. Empujemos desde este lado, sin ninguna duda, estoy de acuerdo.
(ChilePrunes)

Quizás sería bueno incorporar en el informe, donde estamos parados hoy, desde el punto de vista de la exportación, a qué mercados se está exportando, con que fuerza estamos exportando y quizás hacer desde ahí una mirada hacia dónde queremos viajar, queremos profundizar esos mismos mercados, queremos desarrollar nuevos mercados porque cuando leo el informe, aparece un componente de exportaciones que no es coherente con las acciones que está tomando ProChile en el día a día, suena como una disonancia entre el peso que tienen los mercados asiáticos versus todas las acciones que se toman en la región. Por ejemplo,

ProChile tenemos también un vínculo muy estrecho con la Fundación y siempre disponibles de apoyar los esfuerzos de fortalecer nuestra imagen internacional.

Agradecemos su opinión, la cual es muy valiosa para la gestión de nuestra Institución, cuyo propósito es acompañar y potenciar a las empresas exportadoras para ingresar o ampliar su presencia en mercados internacionales. En las respuestas precedentes hemos reforzado los planteamientos que usted indica. Nos acercamos a cumplir 50 años de existencia en 2024 y será una oportunidad para poner de relieve este rol histórico que usted manifiesta.

Agradecemos lo planteado, lo cual se analizará para ser considerado en la próxima versión de la cuenta pública institucional. En las respuestas precedentes hemos indicado que, si bien un foco de la estrategia apunta a fortalecer el segmento de las pymes, esto no implica dejar de lado los sectores tradicionales exportadores. Lo mismo respecto a los mercados. Efectivamente, Asia -más allá de las exportaciones mineras- sigue siendo un mercado muy fuerte para nuestras exportaciones de alimentos y desde luego que las empresas seguirán incursionando en esa línea. Por lo mismo, nuestro objetivo también es apoyar a las empresas en la diversificación de mercados, para lo cual hemos dicho que nos importa mucho India. De la misma forma la UE y América del Norte, son mercados muy significativos para los alimentos. Asimismo, América Latina es un mercado natural para Pymes y el sector industrial.

También es importante seguir abriendo caminos para aumentar las exportaciones de servicios, industrias creativas, que representan un amplio abanico de todo tipo de emprendimientos innovadores y sostenibles, que tienen potencial no solo en la región, sino que también en Norteamérica y Europa. Hoy el mundo

hay una profundización sobre todo lo que se está haciendo en la región americana o sudamericana incluso, pero por otro lado se habla con mucha fuerza respecto de la exportación de Chile hacia los mercados asiáticos. Quizás no queda claro en el informe si eso ocurre por defecto o hay un diseño detrás de eso, de estar tratando de desarrollar nuevos mercados y no seguir profundizando los mercados donde ya estamos quizás, al leer el informe no me queda claro y sería bueno aclararlo con data, hacia donde queremos ir, porque se está haciendo lo que se está haciendo. (Cámara Nacional de Laboratorios)

global está dejando de lado el factor distancia, de modo que la búsqueda de oportunidades es permanente. Son exportaciones que nos ayudan a diversificar nuestra oferta y también agregar valor.



WWW.**PROCHILE**.GOB.CL

