

Cuenta 
Pública
Participativa 2022

ProChile 

GESTIÓN 2021



MAYO 2022

CONTENIDOS

MENSAJE DE LA DIRECTORA GENERAL (S)

INTRODUCCIÓN

I. PROCHILE 2022 EL DINAMISMO COMO PRINCIPAL IMPULSOR

PROCHILE: UN ALIADO ACTIVO EN LA SENDA EXPORTADORA

II. RESULTADOS 2021 POR FOCO ESTRATÉGICO

REGIÓN Y PYMES
AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES
INNOVACIÓN Y VALOR AGREGADO
SOSTENIBILIDAD, MUJERES, PUEBLOS ORIGINARIOS
PROCHILE DIGITAL
IMAGEN DE CHILE, INVERSIÓN Y TURISMO

III. INSTITUCIONALIDAD

QUIENES SOMOS
EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA
COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA
CERTIFICACIÓN DE ORIGEN
COMPROMISOS Y CONTROL DE GESTIÓN
CONVENIOS FIRMADOS

IV. DESAFÍOS Y METAS INSTITUCIONALES 2022



MENSAJE DE LA DIRECTORA GENERAL (S) DE PROCHILE

Al comenzar con el recuento 2021, no podemos sentirnos más que orgullosos de los resultados logrados durante este año. Tras un 2020 que nos golpeó fuertemente con la llegada de la pandemia, y con ello toda una revolución en la forma en que estábamos acostumbrados a relacionarnos en el comercio exterior, el 2021 consolidamos la estrategia que definimos para enfrentar ese nuevo contexto lo que nos permitió contribuir de buena forma a la reactivación económica que necesitó el país.

Sin duda que el proceso de Transformación Digital que habíamos iniciado en el 2019 terminó por resolver grandes desafíos que nos impuso la no presencialidad del 2021, y fue así como las e - ferias y e - ruedas de negocios terminaron por convertirse en la nueva forma del desarrollo del intercambio comercial, permitiendo el acceso a muchas empresas que vieron favorecida su participación en este tipo de eventos, que se consolidaron como la gran oportunidad para hacer negocios con los importadores de los principales mercados.

También debimos convivir con las actividades híbridas y las presenciales, que poco a poco comenzaron a tomarse nuevamente un espacio. En este último caso destacó la EXPO 2020 Dubai, que en sus seis

meses de duración permitió a nuestro país abrirse camino en un mercado tan potente como el de MENASA, tras lo cual esperamos cerrar negocios para las empresas chilenas por más de US\$30.000.000. Fue un arduo trabajo de coordinación, que involucró a los estamentos públicos y privados que permitieron llevar la oferta nacional a esta importante vitrina internacional.

Las metas propuestas para el 2021 se cumplieron, y este 2022 seguiremos con el foco en nuestros ejes estratégicos ya que entendemos que es ahí donde podremos colaborar con la diversificación y creación de valor de nuestras exportaciones. Pueblos Originarios, Género, Innovación, Sostenibilidad, entre otros, concentrarán nuestro plan de acción que no es otro de seguir apoyando a las empresas en su proceso de internacionalización, y con ello contribuir a la cadena que permite la reactivación económica, la generación de empleos y llegar al sector exportador con herramientas concretas, que les permitan alcanzar sus objetivos más allá de nuestras fronteras. Y ProChile seguirá siendo un "Puente al Mundo" en ese camino.

Paulina Valderrama Aravena
Directora General (S) de ProChile



INTRODUCCIÓN

ProChile como el servicio técnico a cargo de la promoción de las exportaciones del país, ha pasado por distintas etapas de crecimiento y adaptación a las necesidades y exigencias del comercio internacional. Es por esto que desde el año 2018, las Pymes han estado en el foco de una estrategia integral de promoción de exportaciones. Durante este periodo el Emprendimiento, la Innovación, la Sostenibilidad, las empresas lideradas por mujeres, Pueblos Originarios, las Industrias 4.0 y Creativas, los Servicios, la innovación alimentaria, el vínculo con los gremios, entre otros, han sido parte de los ejes transversales que mueven a la institución.

El trabajo hoy está centrado en los beneficiarios de ProChile, con el fin claro de aumentar el número de exportadores, de Pymes en el comercio internacional y también el monto de sus exportaciones, todo esto, con el objetivo de ser un aporte a la generación de empleo y la economía nacional. En 2021, ProChile trabajó con 2.542 empresas exportadoras, que representan el 42% de la base nacional, las que generaron el 81% del monto exportado y más de 550 mil empleos.

Sin duda, ProChile se ha ido adaptando a las tendencias mundiales creando herramientas específicas para promover la internacionalización de la innovación y el emprendimiento. Hoy la sostenibilidad se ha convertido en un atributo diferenciador y un factor de decisión de compra en las principales economías. Los países, productos y empresas comprometidas con el triple impacto tienen mayores posibilidades de crecimiento en el exterior.

Este trabajo de modernización del Servicio también ha estado estrechamente relacionado a un proceso de cambio cultural interno en la institución, donde el mérito, el profesionalismo, las competencias y habilidades han permitido que funcionarios y las funcionarias de ProChile tengan mayores espacios para potenciar sus fortalezas. El compromiso de nuestros/as trabajadores/as en la implementación de nuestra estrategia 3.0 ha sido fundamental para los avances significativos que hemos logrado en estos cuatro años de gestión.



PROCHILE 2022: EL DINAMISMO COMO PRINCIPAL IMPULSOR

Para este año 2022, ProChile continuará apoyando de manera dinámica la consolidación de las empresas exportadoras nacionales y con potencial exportador en los mercados internacionales, poniendo énfasis en los siguientes focos estratégicos transversales para mejorar la competitividad y diversificar la matriz exportadora nacional:

CADENAS GLOBALES DE VALOR

Para este año 2022 la ruta trazada no tiene otro fin que aumentar la competitividad de la oferta exportable regional, mediante la inserción de Cadenas Regionales de Valor, contribuyendo así a la diversificación de la matriz exportadora regional y al desarrollo de polos de producción territorial. Énfasis especial en Latinoamérica y el Caribe, buscando socios estratégicos para encadenamientos productivos bidireccionales.

Así, la planificación comprende 7 eventos que buscan conectar a grupos de empresas para encadenamientos productivos, 2 de los cuales estarán concentrados en el triángulo norte del Caribe (Guatemala y el Salvador), unión aduanera que concentra más del 40% del PIB del área, cuyo trabajo estará coordinado con Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) y gremios empresariales de ambos países. Los 5 eventos restantes se realizarán en Argentina para generar y levantar un ecosistema que potencie la integración entre emprendedores que requieran encadenarse.

En materia de inversiones, se trabajará en una lógica de colaboración interinstitucional, participando activamente para mejorar la competitividad de la oferta exportable regional mediante la atracción de la Inversión Extranjera Directa (transferencia de

tecnología y desarrollo de capacidades) que permita la diversificación de la matriz Productivo-Exportadora regional, en consistencia con el plan de desarrollo económico sostenible de los gobiernos subnacionales.

SOSTENIBILIDAD

La estrategia estará centrada en la implementación de la Política de Sostenibilidad ProChile, que contiene las principales metas:

- Definir roles y responsabilidades para la implementación de la Política de Sostenibilidad.
- Generar mesas de trabajo con las áreas responsables para la implementación de la Política.
- Iniciar pre-acreditación en programa Estado Verde.
- Generar un diagnóstico del estado de ProChile en sus temas materiales y su preparación para generar reportes de sostenibilidad.
- Formar a funcionarios y funcionarias de ProChile en sostenibilidad, creando champions y entregando servicios con mayor valor para los beneficiarios.
- Mapeo de actores, programas, certificaciones y cambios de regulaciones en mercado de destino que impacten en las exportaciones.
- Implementar campañas de difusión digital del relato-marca en mercados foco (Europa, Norteamérica y Asia), con el objetivo de posicionar a Chile como un socio estratégico para potenciar la sostenibilidad como atributo.

Este 2022, el foco estará en pasar del compromiso a la acción. Es decir, materializar los acuerdos y ser un facilitador en la implementación de los proyectos. En ese sentido, ProChile busca dar continuidad a los esfuerzos colectivos de habilitar una industria nacional de hidrógeno verde que permita un abastecimiento local, así como la exportación de esta energía limpia hacia el mundo, con foco en el desarrollo de capacidades locales que fortalezcan el florecimiento de una industria con valor social compartido.

Por primera vez, ProChile tiene un plan estratégico para apoyar el desarrollo del Hidrógeno Verde, a través de acciones de promoción internacional de los atributos país, inteligencia comercial y traídas de potenciales stakeholders de la industria mundial a Chile. Entre las actividades ícono para este año, se destacan:

- Seminario de Hidrógeno Verde en la Región de Magallanes en conjunto al ecosistema regional y el apoyo del GORE, el que se planea realizar el segundo semestre de este año.
- Se espera participar en alrededor de 30 eventos de hidrógeno a nivel global, entre ellos el World Hydrogen Summit & Exhibition 2022 ya realizado en mayo en Rotterdam, Países Bajos con una delegación de 25 empresas, autoridades nacionales como regionales y contrapartes del gremio de hidrógeno, Hidrogeno Verde (H2 Chile).
- Feria Hyvolution realizada entre el 11 y 12 de mayo, es una feria de hidrógeno en París, Francia, evento en el que se participó con un stand de 18 M2 en forma gratuita. Hubo 290 expositores y marcas en producción, distribución, almacenamiento y servicios. Las empresas chilenas tuvieron reuniones con diversos actores del ecosistema local durante un cocktail para Chile, ofrecido por la organización ferial, con vinos nacionales.

Contamos con la participación del PS Cristóbal Ortíz de la embajada, encargado de temas de energía. Recibimos a la asociación gremial de Hidrógeno verde (H2Chile) que firmó un MoU con la Task Force Hydrogene (Medef Internacional + France Hydrogene) en marzo del presente.

- Se espera recibir alrededor de 7 misiones comerciales provenientes de Europa y Asia en las cuales, empresas proveedoras de tecnología, puertos y gremios de hidrógeno tengan un despliegue nacional, visiten las regiones de Antofagasta, Biobío y Magallanes. replicando el modelo de la exitosa misión comercial “H2 Trade Mission”, co-organizada junto al Ministerio de Energía, Embajada de Países Bajos y el Puerto de Rotterdam.
- Plan de trabajo con foco en Latinoamérica. Se suman a la diplomacia del hidrógeno los mercados de Argentina, Colombia, Ecuador, Perú y Brasil, con el objetivo de detectar oportunidades de colaboración en materia de integración energética regional.
- Se propiciará la creación de una marca sectorial Hidrógeno Verde de Chile.

MUJERES Y PUEBLOS ORIGINARIOS

Este 2022 más que nunca, reforzamos el compromiso con la transformación de nuestro entorno y la gradual recuperación económica, teniendo siempre como eje el bienestar y el cuidado de las personas y las comunidades.

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

con identidad territorial. Hoy más que nunca, trabajar en el empoderamiento de las mujeres y el liderazgo activo de los Pueblos Originarios es clave para reconstruir nuestra economía y nuestra sociedad, de una manera más justa, respetuosa y sostenible.

Los énfasis de nuestro trabajo en este periodo 2022 estarán:

- Liderazgo para la internacionalización con perspectiva de Género
- Desarrollo de exportaciones inclusivas
- Generación de alianzas, vinculando a las empresas, generando y teniendo puentes en el ámbito nacional e internacional.
- Cultura institucional inclusiva

Para esto desarrollaremos acciones específicas en el área de formación, concientizando en temáticas relacionadas a Género e Inclusión y sus implicancias en el quehacer empresarial internacional, capacitando, así como también formando a empresas en temáticas que aporten y potencien su comercio internacional.

Potenciaremos la internacionalización de empresas lideradas por Mujeres y de Pueblos Originarios, acelerando y promoviendo la inmersión en más y nuevos mercados.

Las actividades de este 2022, en el caso del Programa Mujer Exporta apuntarán a ampliar los sectores con los cuales trabajamos tradicionalmente – agroalimentos e industrias creativas y culturales, siguiendo en la búsqueda de empresas de nuevos e innovadores proyectos de productos y servicios con importantes componentes de innovación y sostenibilidad.

Las empresas de pueblos originarios han logrado reconocimiento local en sectores como artesanía,

orfebrería y textiles. Sin embargo, existen otros emprendimientos insertos en alimentos innovadores, servicios e industrias creativas que queremos potenciar y mostrar al mundo durante el 2022.

Los mercados priorizados serán principalmente los americanos, desde Canadá hasta Argentina. En el caso de USA y Canadá, se han visualizado buenas oportunidades para empresas Tech, el mundo STEAM y las industrias creativas y culturales. Desde México hacia el sur, las empresas de alimentos con valor agregado siguen dando sorpresas a nuestras exportaciones. Continuaremos impulsando a ese sector, además de lo que pueda surgir en nuestro interés por diversificar la oferta.

INNOVACIÓN

- En este ámbito orientaremos nuestros esfuerzos en diseñar y apoyar la implementación de distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas altamente innovadoras y de alto impacto, así como generar acciones de visibilización y difusión que posicionen a Chile como referente de innovación y emprendimiento a nivel mundial, lo que conlleva hacer frente a los siguientes desafíos:
- Apoyar a las empresas de base tecnológica en obtener inversión para sus procesos de internacionalización.
- Recopilar datos y medir los resultados de los principales programas asociados a este foco estratégico con el fin de mejorar las iniciativas y conocer su impacto.
- Implementar un plan de apoyo para el desarrollo de capacidades a nivel regional con el objetivo de potenciar la oferta exportadora local innovadora.

Considerando dichas acciones es que los principales ejes de trabajo serán:

- Generar oportunidades en el ecosistema y vinculación con la red nacional e internacional para apalancar a las empresas en sus necesidades de inversión.
- Medición de resultados de los programas del subdepartamento (GoGlobal, BizMatch y eventos).
- Perfeccionar la red de colaboradores a nivel regional.
- Implementar el diplomado de innovación a ejecutivos regionales (programa champion regional).

- Promover la digitalización, una oferta exportable sostenible e innovadora, con visión de género e inclusión de los pueblos originarios, fomentando la coordinación y colaboración con terceros, ya sean estos servicios públicos o el Gobierno Regional, que permita desarrollar nuevos canales de comercio.
- Diversificar la matriz exportadora, sumando más empresas, para ello es necesario el trabajo con empresas con alto potencial exportador, detectando y eliminando las brechas para dejarlas preparadas para internacionalizar su oferta.
- Continuar potenciando la exportación de servicios e industrias creativas.

Importante destacar a nivel regional las actividades ejecutadas y por ejecutar en este primer semestre:

REGIONES Y PYMES

Temas como innovación, cadenas globales de valor, sostenibilidad, hidrógeno verde, género, pueblos originarios, han tomado protagonismo dentro de los ejes de trabajo de las 16 oficinas regionales, quienes para abordarlos este año 2022 están desplegando sus esfuerzos en el levantamiento y búsqueda en cada una de las regiones de la oferta con estas características, en red con otros servicios públicos, gremios y universidades y así lograr trabajar en conjunto y en coordinación con cada ecosistema. Por lo antes expuesto se ha planificado para las oficinas regionales un trabajo orientado a:

- Posicionarse como un articulador a nivel regional con instituciones públicas y privadas para impulsar las exportaciones e internacionalización de empresas regionales.

MARZO

- **Mesa Comex** se celebró la segunda sesión vía online la cual incluyó la presentación de la encuesta a importadores de Norte América. Región: Maule
- **Mesa Comex** invitación realizada por Gore de Ñuble para participar, de esta forma se reanuda con el nuevo Gobierno. Región: Ñuble
- **Visita a ganadores concursos silvoagropecuario 2022** en compañía del nuevo Seremi de Agricultura. Región: Ñuble
- **Consejo Regional Exportador Vitivinícola** donde se presentaron los resultados del FNDR vitivinícola 2021 y las actividades que se realizarán en 2022. Región: Ñuble

ABRIL

- **Consejo Regional Exportador Fruta Fresca y Seca, Agroindustria, Logística** donde se presentaron las actividades para los sectores agroalimentos y agroindustria. Región: Ñuble.
- **Difusión Estudio Oportunidades Comerciales del Sector Forestal en Colombia**, fueron convocadas todas las empresas beneficiarias exportadoras del sector industria secundaria de la madera. Región: Biobío
- **Visitas a empresas** para difundir las actividades organizadas para temas como Innovación, Género e E-Commerce. Región: Magallanes.

MAYO

- **Coaching para mujeres empresarias del sector minería**, contempla 5 sesiones enfocadas en temas como: modelo de negocios internacional, marca personal, negociación para la internacionalización y pitch. Región: Antofagasta
- **Encuentro Macrozonal Industrias Creativas** diseñado para conocer los ecosistemas de cada región y generar sinergias y apoyos requeridos para generar capacidades y promoción comercial, además de vincular a los emprendedores para crear un plan de trabajo a mediano plazo. Pretende reunir al sector público/privado de la macrozona sur, vinculado a este sector. Región: Los Lagos.

JUNIO

- **Nuevas bebidas espirituosas al mercado canadiense**, iniciativa que contempla realizar Tasting y Charla para especialistas. Región: Coquimbo.
- **Seminario Internacional de Hidrógeno Verde** esta primera versión pretende ser el primer paso exploratorio sobre el potencial que este tipo de combustible renovable representa para la región. Se realizará en conjunto a Inacap de Aysén y la oficina de ProChile de Buenos Aires. Región: Aysén.
- **Consejo Regional Exportador**, reunión con exportadores y autoridades regionales. Región: Los Ríos.
- **Mesa Comex**, reunión con servicios públicos regionales participantes del comercio exterior para tratar temas relacionados con este sector de la economía y así brindar soluciones a las empresas exportadoras locales. Se espera contar con la presencia del Seremi de Hacienda. Región: Magallanes

PROCHILE: UN ALIADO ACTIVO EN LA SENDA EXPORTADORA

Durante este año que avanza de la mano de importantes desafíos en materia económica, desde la vereda exportadora, ProChile se mantiene activo en el acompañamiento al sector exportador, lo que se plasma en actividades y eventos como:

E-ENEXPRO DE INDUSTRIAS CREATIVAS

Esta tercera versión fue organizada para promover el comercio internacional en el campo de las Industrias Creativas vinculándolas con la demanda internacional, donde las empresas nacionales sostuvieron reuniones con agentes internacionales de 8 sectores (animación, artes escénicas, audiovisual, editorial, moda, música, narrativa gráfica e ilustración, videojuegos).

Participaron un total de 112 empresas importadoras, de 20 mercados del mundo. Los países con mayor presencia fueron China (14%), Argentina (14%), E.E.U.U (11%) y España (9%).

La promoción del comercio internacional y la colaboración cultural entre Chile y otros mercados por medio del intercambio y la comercialización de ideas, estrategias e iniciativas con actores globales relevantes para el sector creativo, permitió alcanzar cifras de participación donde se destaca la presencia de regiones (47% de participación) y el alto número de empresas lideradas por mujeres (36% del total de empresas participantes).

Se realizaron 439 reuniones de negocios bilaterales y se generó una proyección de negocios por USD 30.108.310.

Fecha: 11 y 13 de enero.

Modalidad: Virtual

E-ENEXPRO DE IT

Encuentro exportador organizado para las empresas de Servicios de Tecnologías de la Información que contempló ruedas de negocios virtuales, talleres con oradores de nuestras oficinas comerciales de USA, México, Perú y Colombia.

En el encuentro estuvieron presentes 79 importadoras de 19 mercados, con mayor participación de Colombia, Ecuador, México y Perú.

Participaron 129 exportadores nacionales pertenecientes a 10 regiones. Las empresas ligadas a Fintech fueron las que más participación tuvieron con 59, le siguen Edtech con 30; Healthtech con 21; y Cyberseguridad con 19.

Se generaron un total de 254 reuniones. La proyección de negocios fue de MMUS\$6.9, con un grado de satisfacción del 84%.

Fecha: 24 y 27 de enero.

Modalidad: Virtual.

MISIÓN USOS ALTERNATIVOS DEL COBRE Y FÁRMACOS A EXPO DUBÁI

Esta actividad contó con la participación de 17 empresas chilenas en el marco de la Semana de los Usos alternativos del cobre en el pabellón de Chile de EXPO 2020 DUBAI.

Coincidió además con la realización de Arab Health, la feria de salud más importante de Medio Oriente y donde por primera vez participó una delegación chilena.

Esta misión les permitió a los participantes explorar las oportunidades que presenta este mercado y

los países vecinos además de conocer la oferta actual, condiciones de ingreso, certificaciones, presentaciones, entre otros y a su vez generar contactos comerciales con potenciales clientes.

Empresas participantes: Care You, Qstudio, Synthon, Coesam, Milab, Copper Pro, Quimeco, Valma, Ethon, Laboratorios Prater, Deysa Homecare, Laboratorio Arensburg, Farmoquímica del Pacífico, Cunov, Pinturas Panorámicas, Gprocess y Aintech.

Fecha: 24 de enero al 04 de febrero.

Lugar: Dubái, Emiratos Árabes Unidos

VINEXPO PARÍS

Se participó con un stand realizado en conjunto con Wines of Chile, en el que estuvieron presentando a 11 viñas chilenas, las que enviaron sus vinos para degustación, con el fin de poder concretar nuevos negocios en Europa y también en el resto del mundo.

Además, el país realizó una masterclass sobre los vinos de la cepa carmenere que se venden en Francia, para destacar los vínculos históricos entre la viticultura chilena y francesa.

Las viñas presentes fueron: Errázuriz, Valdivieso, Casas del Bosque, La Ronciere, El Aromo, LFE, Las Veletas, MontGras, Los Vascos, Bisquertt y Maola.

Fecha: 14 al 16 de febrero

Lugar: París, Francia

MISIÓN PYMEX REGIONALES A EXPO DUBÁI

Misión realizada de manera presencial, en el marco de la Expo Dubái, en la cual participaron 16 empresas

Pymex (una por región). La convocatoria de ProChile consideró a empresas Pyme principalmente innovadoras y exportadoras, con interés en expandir sus exportaciones a este mercado.

La actividad contempló la realización de más de 60 reuniones de negocios y 4 empresas tuvieron posibilidades de cerrar negocios.

SynergiaBio cerró exportación de 200 mil plantas (US\$400.000) para Elite Agro, una de las empresas líderes en Emiratos en la producción y distribución de frutas y vegetales frescos. Se trata de un programa que compromete exportación de plantas por 5 años (Total aproximado US\$2.000.000).

Fecha: 22 al 26 de febrero.

Lugar: Dubái, Emiratos Árabes Unidos

DÍA NACIONAL CHILE EN EXPO DUBÁI

Chile celebró su Día Nacional en esta feria universal, actividad que contó con la presencia de autoridades chilenas, una delegación de empresarios y empresarias nacionales y la comunidad chilena en Dubái, quienes compartieron con altas autoridades emiratíes una destacada ceremonia marcada por presentaciones culturales en "Al Wasl" en la plaza principal del recinto ferial.

Fecha: 26 de febrero.

Lugar: Dubái, Emiratos Árabes Unidos

AGENDA DE GÉNERO 2022

ProChile junto al Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, lanzó

su Agenda de Género 2022, la que busca aportar a través de acciones concretas a la recuperación del país con la participación de mujeres y pueblos originarios en el comercio exterior, para contribuir a la diversificación de las exportaciones, llevando los beneficios de la actividad exportadora a más personas.

Fecha: 13 de abril.

Lugar: Santiago, Chile

FERIA NATURAL & ORGANIC PRODUCTS EUROPE 2022

En esta feria presencial, Chile presentó un pabellón de 15m2 donde las empresas Baika Nutrition, Copptech, Swt Stevia, Amarea y Williwaw Foods expusieron sus productos. Los objetivos de la actividad fueron generar contactos comerciales para las empresas chilenas con oferta de productos orgánicos y mantener el posicionamiento de Chile como proveedor de esta categoría de productos.

Fecha: 3 y 4 de abril.

Lugar: Reino Unido

FERIA EXPO ALIMENTARIA BARCELONA 2022

Estuvieron presentes las empresas La Casona El Monte, Exportadora Atacama Nut, Solarium Biotechnology, Awa Solar, Bocanboca y Pietrelli Fruit, las que mostraron una amplia gama de productos como sal de Atacama, suplemento Froyatt, espirulina, agua natural, pastas de almendras, snacks a base de pita chips y productos elaborados con ciruelas deshidratadas, los que son parte de la oferta chilena en innovación alimentaria que ProChile

junto a Transforma Alimentos de Corfo, han estado levantando y promocionando en el mundo durante los últimos años. El objetivo fue levantamiento de contactos comerciales y posicionamiento país.

Fecha: 4 y 7 de abril

Lugar: Barcelona, España

PRESENTACIÓN DE VINOS DE NICHOS EN SUECIA

Este evento de promoción quiso captar la atención de sectores como los representantes de la nueva gastronomía para incluir esta categoría de vinos chilenos en las cartas de los restaurantes modernos y realizar maridajes acordes. También, a través de los representantes de la gastronomía clásica - en la academia sueca "Restauran gakademien" para llegar a conocidos sommeliers, influencers y periodistas, se realizó una degustación especial de vinos de la región "Secano Interior" - presentación de cepas muy antiguas con el objetivo específico de cambiar la mentalidad de "nuevo mundo" que tienen hasta ahora los vinos chilenos en el mercado.

Por otro lado, se realizó una actividad con el club de los amantes del vino - Munsänkerna - el club más grande de Europa de este tipo, donde participaron jefes de filiales de Estocolmo y del resto del país con el objetivo de difundir a los 50.000 socios de Suecia y Finlandia la nueva imagen de los vinos chilenos presentados. Finalmente, a los importadores que participaron en todas las reuniones anteriores para asegurarse de la buena recepción.

Esta actividad abordó como empresas beneficiarias a 22 nacionales y a 15 extranjeras.

Fecha: 21 y 25 de marzo

Lugar: Estocolmo, Suecia

PARTICIPACIÓN EN LONDON PRODUCE SHOW

Evento realizado en el London Produce Show y contó con la participación de un stand pequeño en la feria de fruta más relevante del mercado.

La participación como expositor permitió posicionar a Chile como un proveedor confiable de productos de calidad entre los compradores del mercado británico, para recuperar las exportaciones de este sector de Chile al mercado que vienen a la baja desde hace un par de años.

Se llevaron a cabo reuniones con más de 30 contrapartes relevantes del mercado británico y de sectores de interés. De estas reuniones, 12 fueron con importadores y potenciales clientes para empresas chilenas exportadoras, con las cuales se estableció una relación más cercana. Se generaron 3 solicitudes de importación directa en One Click Import.

Fecha: 21 y 23 de marzo

Lugar: Londres, Reino Unido

VINEXPO NEW YORK

Se participó con un stand institucional atendido por la Oficina Comercial, la exhibición de vinos cautivó la atención de productos pertenecientes a 11 viñas, asociadas a todo el proceso involucrado en la elaboración del vino.

Fecha: 9 y 10 de marzo

Lugar: Nueva York, Estados Unidos

SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA

Participación en formato presencial con un pabellón para 12 empresas para promover el sector de productos del mar en el mercado Norte Americano.

Fecha: 13 al 15 de marzo

Lugar: Boston, Estados Unidos

FERIA GDC (GAME DEVELOPERS CONFERENCE)

Con el propósito de promover la oferta chilena frente al público final y profesional en una instancia dedicada a los videojuegos, se participó en formato híbrido con asistencia física de 9 empresas y 11 por medio del formato virtual.

El objetivo fue levantar información y estadísticas de la industria para desarrollar nueva inteligencia de mercado en apoyo de estas actividades.

Fecha: 21 y 25 de marzo

Lugar: San Francisco, Estados Unidos

BOLOGNA CHILDREN'S BOOKFAIR

Se participó con un stand institucional de 32m2 atendido por la Oficina Comercial y también se tuvo presencia en el formato virtual. El objetivo de participar en la actividad fue fortalecer la industria editorial en el mercado europeo.

La participación contempló a 2 editoriales que asistieron de forma presencial con recursos propios, y 7 más de forma virtual.

Esta versión 2022 contó con 3.873 artistas provenientes de 92 países.

Fecha: 21 y 24 de marzo

Lugar: Bolonia, Italia

FRUIT LOGISTICA

La participación en conjunto con el gremio del sector de fruta fresca – ASOEX, sumó a 60 empresas quienes en un pabellón de 154m2, centraron su mensaje en el gran sabor, la calidad y serio trabajo en sustentabilidad del sector frutícola nacional. Todo ello, acompañado por la construcción de un pabellón sustentable, tanto a nivel de materiales (muchos de ellos reciclados), así como también el uso más eficiente de la energía.

Fecha: 5 y 7 de abril

Lugar: Berlín, Alemania

EMERGE AMERICAS SHOWCASE

Chile participó por segunda vez en eMerge Americas, desde su última versión presencial en 2019, uno de los eventos tecnológicos más importantes para conectar a las empresas de América Latina con el resto del mundo. El pabellón país Chile permitió la participación de 96 empresas asociadas al rubro de servicios tecnológicos.

Fecha: 18 y 19 de abril

Lugar: Miami, Estado Unidos

EXPOMINA PERÚ 2022

La presencia de Chile en Expomina 2022 contempló rueda de negocios y una actividad de networking entre las empresas nacionales y altos ejecutivos mineros y autoridades peruanas.

Hay que destacar la distinción que obtuvo el pabellón nacional en la feria “por su innovación e imagen destacada”. El galardón fue entregado por Jorge León Benavides, Presidente Ejecutivo del Grupo Digamma, organizador de la exposición limeña. El pabellón ocupó una superficie total de 140 m2 en cual se situaron 18 stands.

La delegación del evento compuesta por 29 empresas, realizaron aproximadamente 210 reuniones, proyectando contratos por más de US\$ 18 millones.

Fecha: 27 al 29 de abril

Lugar: Lima, Perú

MISIÓN COMERCIAL A CENTROAMÉRICA - PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS PARA LA SALUD

Esta misión estuvo compuesta por 10 empresas representantes de laboratorios farmacéuticos nacionales, desarrolladoras de Insumos y Dispositivos Médicos y empresas con aplicaciones del cobre al sector salud.

En el caso de Guatemala se efectuaron 120 reuniones de negocios, para Costa Rica fueron 102, y finalmente en Panamá se totalizaron 130 reuniones. Así, las firmas chilenas lograron reunirse con 140 importadores en los 3 mercados, con negocios proyectados por US\$ 28 millones a doce meses.

Fecha: 27 de abril al 6 de mayo.

Lugar: Guatemala, Costa Rica, Panamá

CEREMONIA DE ENTREGA DEL SELLO IGUALA CONCILIACIÓN Y CERTIFICACIÓN NORMA NCH3262

ProChile recibió oficialmente el Sello Iguala Conciliación y La Certificación en Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Personal y Familiar bajo los requisitos de la Norma NCH 3262. La ceremonia fue transmitida por streaming para toda la institución y fue encabezada por la Directora General (S), Paulina Valderrama, y contó con la presencia de la Subsecretaria de Relaciones Exteriores, Sra. Ximena Fuentes Torrijo, el Subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales Sr. José Miguel Ahumada, la Subsecretaria de la Mujer y la Equidad de Género Sra. Luz Vidal Huiriqueo.

Fecha: 10 de mayo.

Lugar: Santiago, Chile

LANZAMIENTO DE LA CUARTA VERSIÓN DEL PROGRAMA DE SOFTLANDING GOGLOBAL

ProChile junto a Corfo realizaron el lanzamiento del programa GoGlobal, actividad virtual con transmisión vía streaming, contó con la participación del Subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales, el Vicepresidente ejecutivo de Corfo y la Directora General (S) de ProChile donde se dio a conocer las características del programa, sus mercados y un panel temático donde las autoridades junto a empresas que participaron en versiones anteriores, profundizaron a cerca de la importancia de la internacionalización de las startups. Este evento tuvo más de 170 asistentes en la plataforma virtual.

Este programa para apoyar la inmersión de

emprendimientos y startups chilenas en su proceso de internacionalización en los cuatro principales mercados de destino del continente americano (Perú, Colombia, México y Miami).

Fecha: 13 de mayo.

Modalidad: Virtual



II RESULTADOS AÑO 2021



A continuación se presentan los resultados generales institucionales en base a las metas propuestas para el 2021 ¹



¹ Las cifras contenidas en el presente documento fueron construidas en base a información de beneficiarios registrados en Sistemas de información interna, exportaciones del Servicio Nacional de Aduanas, más declaración de exportaciones de servicios proporcionada por las mismas empresas, tamaño y empleo de las empresas con datos del Servicio de Impuestos Internos.

El propósito de ProChile el 2021 se ha cumplido. Así lo demuestran los positivos resultados obtenidos durante el año, en comparación al 2020, observando un notorio aumento en los beneficiarios exportadores (+22%), montos exportados (+51%) y empleo (+42%).

Uno de los principales ajustes estratégicos de 2021 fue aumentar el trabajo con empresas exportadoras, con el objetivo de focalizar nuestros esfuerzos y generar un mayor impacto en la reactivación económica, en esta línea mantenemos un gran desafío de mayor focalización: el 45% de las empresas con las que trabajamos sean exportadoras.

ProChile trabajó con 5.600 empresas de las cuales 2.542 son exportadoras, que representan el 42% de los exportadores de bienes y servicios no cobre y que generaron el 81% del monto exportado. 1.125

empresas corresponden a Pymex, que representan el 44% del total a nivel nacional y con el 66% del total exportado. En cuanto al empleo, las empresas beneficiarias ProChile generaron 551.794 plazas, representando el 60% a nivel nacional, según cifras de trabajadores declaradas en SII año 2019.

Alcanzar estos resultados requiere del trabajo y coordinación de toda la Institución, por lo que se han definido indicadores y metas, tanto a nivel macrosectorial -dentro del cual se encuentra Agroalimentos, Industrias 4.0, Servicios y Economía Creativa, a contar del 2021 fue sumado Turismo- como a nivel de Oficinas Regionales y Oficinas Comerciales. Cada uno de estos indicadores tiene como propósito contribuir al cumplimiento de las metas institucionales.

INDICADORES

Macrosecto	Oficinas Regionales	Oficinas Comerciales
<ul style="list-style-type: none"> Beneficiarios Exportadores Montos Exportados Beneficiarios Pymex Empleo 	<ul style="list-style-type: none"> Beneficiarios Exportadores Montos Exportados Beneficiarios Pymex Beneficiarios Exportadores Servicios Beneficiarios Exportadores Economía Creativa Beneficiarios Exportadores Industrias 4.0 Nº Beneficiarios que se mantienen exportando y/o diversifican mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Empresas chilenas Beneficiarias Empresas chilenas Beneficiarias Exportadoras Empresas chilenas Beneficiarias Exportadoras al mercado Número de productos y servicios exportados al mercado por empresas beneficiarias Monto exportado al mercado por parte de empresas beneficiarias Empresas extranjeras Beneficiarias Envío de Oportunidades de Negocio Servicios Entregados Avance Plan Anual de Acción

MACROSECTORES

- Agroalimentos es el sector que más aporta en beneficiarios con un 49%, exportando MMUS\$17.186, generando cerca de 306.074 plazas de empleo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana, Maule y Valparaíso. Predominan los subsectores de Vino Tinto, Cerezas Frescas y Uvas Frescas y los mercados de Estados Unidos, China y Brasil.
- Industrias 4.0 aporta el 17% de los beneficiarios, exportando MMUS\$13.445 y generando cerca de 151.751 plazas de empleo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana, Biobío y Valparaíso. Predominan los subsectores de Maquinaria Mecánica; Productos de Hierro y Acero; y Madera Aserrada y/o Cepillada y exportan principalmente a los mercados de Perú, Argentina y Estados Unidos.
- Servicios aporta el 22% de los beneficiarios, exportando MMUS\$241, creando 81.117 plazas de empleo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana, Valparaíso y Biobío. Predominan los sectores de TICS, Logística e Ingeniería que exportan a los mercados de Perú, Estados Unidos y Colombia.
- Economía Creativa contribuye con el 12% de los beneficiarios exportadores, exportando MMUS\$20 y generando cerca de 12.852 puestos de trabajo. Las principales regiones donde se ubican los beneficiarios de este macrosector están en Región Metropolitana, Valparaíso y Magallanes. Predominan los sectores de Audiovisual, Editorial y Videojuegos que exportan mayoritariamente a los mercados de Estados Unidos, España y México.

OFICINAS COMERCIALES

Con relación a la Red de Oficinas Comerciales en el exterior, el cumplimiento general alcanzado, considerando la gestión administrativa y gestión comercial, alcanzó el 96,9% de cumplimiento de sus metas.

Respecto de la gestión comercial, medida a través de 9 indicadores, 31 Oficinas (57%) cumplieron en un 100% las metas y las restantes 23 Oficinas (43%) alcanzaron un cumplimiento entre un 92,8% y 99,3% de lo comprometido para el año 2021. Se destaca que la red en su conjunto logró trabajar con un total de 4.427 empresas extranjeras beneficiarias y 2.933 empresas chilenas beneficiarias, de las cuales el 45% son exportadoras, siendo muy importante su contribución a la gestión institucional.

OFICINAS REGIONALES

En cuanto a las Oficinas Regionales y su desempeño para los 7 indicadores, las regiones que cumplieron todas sus metas fueron Aysén, Magallanes, Ñuble, Antofagasta, Atacama y Coquimbo representando el 38% del total de oficinas a nivel nacional.

Caracterización 2021 de las empresas exportadoras beneficiarias:

- El 63% de los beneficiarios son de agroalimentos, con el 56% de los montos exportados a nivel nacional. Dentro de los otros macrosectores tenemos: 21% de beneficiarios en Industrias 4.0 (35% de montos exportados a nivel nacional), 11% de beneficiarios en Servicios (6% montos exportados a nivel nacional) y 5% de beneficiarios en Economía Creativa (menos del 1% en montos exportados a nivel nacional).

- Del total de beneficiarios, el 44% son empresas Pymex y el 42% son grandes (El 14% restante representa a empresas micro o sin información de su tamaño).
- Los principales destinos de exportación en los mercados priorizados por volumen fueron Estados Unidos y China, representando en conjunto el 46% de los montos exportados (MMUS\$14.364). En el caso de los destinos priorizados por oportunidad, los principales mercados fueron Reino Unido y Colombia, cuyos envíos para ambos mercados totalizó US\$ 956 millones.
- Las regiones con mayor cantidad de beneficiarios exportadores son Metropolitana, Valparaíso y Maule (63%), mientras que los mayores montos exportados se encuentran en las regiones Metropolitana, Los Lagos y Biobío (57%).
- Las empresas que apoya ProChile tienen un mejor desempeño exportador llegando a 7 mercados promedio vs. 2 mercados los no beneficiarios y 6 productos exportados promedio vs. 4 productos los no beneficiarios.

Es importante destacar el trabajo entre Oficinas Comerciales (OFICOM), Oficinas Regionales (OFIREG), macrosectores, gremios y empresas (beneficiarios en el centro de la estrategia) para potenciar los servicios de gestión que ofrece la Institución y el perfecto match que ocurre para obtener los mencionados resultados.

Del total de beneficiarios 2021, ProChile acompañó a 5.600 empresas, de las cuales 2.542 exportaron durante el mismo año, casi el 80% de las empresas exportadoras se encuentran concentradas en seis regiones: 46% Metropolitana, 9% Valparaíso y 8% Maule, 6% O'Higgins, 5% Biobío y 5% Los Lagos.

ProChile ha conseguido focalizar el trabajo con las empresas nacionales, equilibrando la balanza (exportador / no exportador) permitiendo obtener los resultados esperados, pudiendo identificar con mayor precisión la oferta de valor regional y posibles áreas en las que se requiera invertir para potenciar las exportaciones regionales. ProChile a la fecha ha sumado a su trabajo un mayor número de empresas de tamaño Pyme, pero con calidad de exportadora. No es un dato menor que el 44% de los beneficiarios exportadores ProChile 2021 eran empresas de dicho tamaño.

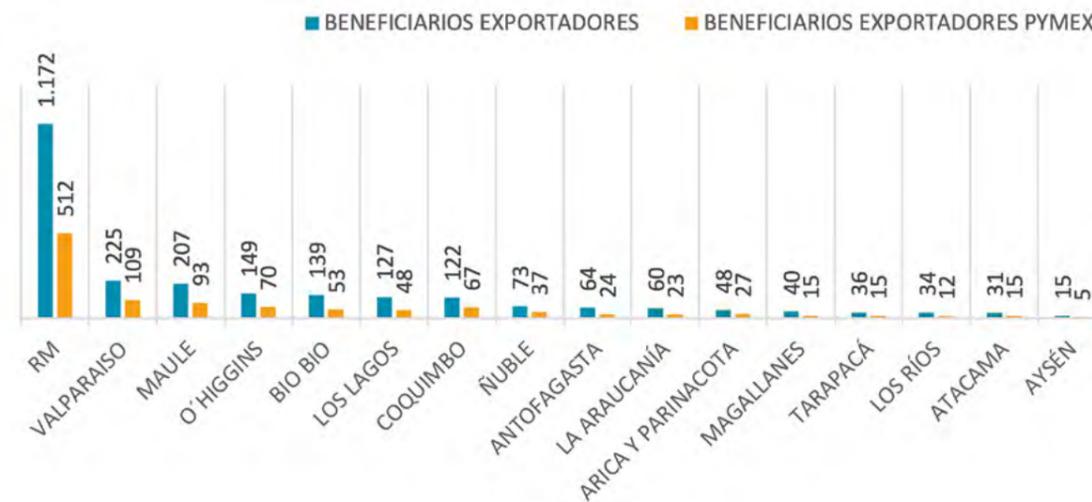
Por otro lado, se apoyó a 1.125 empresas Pymex, las tres principales regiones donde se encontraron estos beneficiarios fueron: 46% Región Metropolitana, seguidas por la Región de Valparaíso (10%) y la Región del Maule (8%), representando el 58% de los envíos a nivel nacional.

RESULTADOS SEGÚN FOCO ESTRATÉGICO 2021:

1. REGIÓN Y PYMES

ProChile a través de sus 16 Direcciones Regionales, fomenta el desarrollo de la oferta exportable y promueve la internacionalización de las regiones. Junto al gobierno regional, sector privado y otras instituciones se coordinan para potenciar acciones de comercio exterior, transformando a ProChile en un actor relevante en el ecosistema regional.

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE BENEFICIARIOS EXPORTADORES Y PYMEX 2021



Del total de beneficiarios exportadores con los cuales trabajó ProChile en cada región, las Pymex ocupan un alto porcentaje de esa gestión. En la gran mayoría de las regiones es cercano al 43% de los beneficiarios

atendidos durante el año 2021, destacándose las regiones de Arica y Parinacota, Coquimbo y Ñuble, con más del 50% de su gestión en este segmento de empresas.

Aporte regional empresas Pymex 2021

Región	Beneficiarios Exportadores 2021	Beneficiarios PYMEX 2021	% Beneficiarios PYMEX del total de Beneficiarios Exportadores 2021
Arica y Parinacota	48	27	56%
Coquimbo	122	67	55%
Ñuble	73	37	51%
Valparaíso	225	109	48%
Atacama	31	15	48%
O'Higgins	149	70	47%
Maule	207	93	45%
Metropolitana	1172	512	44%
Tarapacá	36	15	42%
La Araucanía	60	23	38%
Biobío	139	53	38%
Los Lagos	127	48	38%
Antofagasta	64	24	38%
Magallanes	40	15	38%
Los Ríos	34	12	35%
Aysén	15	5	33%
Total	2.542	1.125	

La distribución sectorial de las empresas exportadoras apoyadas por ProChile se compuso de la siguiente manera: Agropecuario (45%), Manufactura (29%), Vinos (13%), Servicios (12%), Pesca y Acuicultura (9%), Forestales (8%), Minerales no cobre (2%).

En cuanto a los mercados de destino que lideraron según el monto exportado, fueron China, Estados Unidos, Japón y Brasil, con cerca de MMUS\$17.600, representando el 45% del total exportado durante el 2021.

2. AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Las cifras avalan el trabajo institucional y la ayuda que brindan a las empresas nacionales. Los beneficiarios ProChile tienen un mejor desempeño en la cantidad de mercados a los que llegan, además del número de productos. Estos resultados nos impulsan a promover que más empresas trabajen con ProChile y puedan aprovechar las ventajas y beneficios de los servicios que ofrecemos. La diversificación de mercados y productos es clave para el crecimiento de los beneficiarios, los que registran mejores resultados que los no beneficiarios de ProChile.

	BENEFICIARIOS PROCHILE	NO BENEFICIARIOS PROCHILE
MERCADOS PROMEDIO	7	2
PRODUCTOS PROMEDIO	6	4
EMPLEO	551.794	374.029

ENCUENTROS DE NEGOCIOS

Los Encuentros de Negocios diseñados para contribuir a incrementar, potenciar y fortalecer las relaciones comerciales entre Chile y los demás países,

contemplan ámbitos relevantes como el comercio y el turismo, además de compartir experiencias en materias de interés institucional como innovación y atracción de inversiones. Algunos encuentros realizados fueron:

	ENCUENTRO EMPRESARIAL CHILE-BRASIL	ENCUENTRO LATAM	ENCUENTRO DE NEGOCIOS CHILE - COLOMBIA (*)
N° empresas participantes nacionales	146	119	363
N° empresas participantes extranjeras	112	165	279
Negocios Projectados	US\$ 24.592.924	US\$ 7.500.000.	US\$ 134.000.000.

(*) Se firmaron 2 memorándum de entendimiento (MoU), el primero de ellos entre ProChile y ProColombia y el segundo entre ProChile y Ruta N.

RUEDAS DE NEGOCIOS NACIONALES (ENEXPROS)

El circuito de Enexpros (Encuentros Exportadores) se resume a continuación:

CIRCUITO 2021 E ENEXPRO



939 EXPORTADORES	853 IMPORTADORES	2948 REUNIONES REALIZADAS	99,36% SATISFACCIÓN MÁXIMA PROMEDIO	TOTALES: US\$ 211.224.928 PROYECCIÓN NEGOCIOS	\$ 133 M INVERSIÓN PÚBLICA
------------------	------------------	---------------------------	-------------------------------------	---	----------------------------

Alianza del Pacífico

	IX Foro de Emprendimiento e Innovación LAB4	Macrorrueda de Negocios
Modalidad	Virtual	Virtual
Actividades	a. Agenda académica b. Rueda de negocios c. Sesiones de pitch de startups con inversionistas	d. Divididas en tres (3) fases según demanda de productos
Sector	Servicios	-
Mercado	Perú	Canadá Europa Asia y Oceanía Países Alianza del Pacífico

FONDOS CONCURSABLES PROCHILE

Concurso público creado para fomentar las exportaciones, a través del cofinanciamiento y apoyo en la gestión de diferentes proyectos.

Fondos Concursables Sectoriales: apoyan la estrategia de internacionalización de sectores productivos. Durante 2021, el resultado fue de acuerdo al siguiente detalle:

SECTOR	GREMIOS BENEFICIADOS	INVERSIÓN PÚBLICA
Silvoagropecuario	21	1.606.868.774
Economía Creativa	9	152.108.000
Servicios	6	88.775.000

Fondos Concursables Empresariales: apoyan estrategias empresariales individuales y/o asociativas de internacionalización.

SECTOR	GREMIOS BENEFICIADOS	INVERSIÓN PÚBLICA
Silvoagropecuario	92	961.779.523
Economía Creativa	24	239.081.000
Servicios	27	215.784.000

La distribución geográfica de los fondos concursables empresariales adjudicados para ejecución en año 2021 se detalla a continuación:

REGIÓN	INDUSTRIAS CREATIVAS	SERVICIOS	SILVOAGROPECUARIO	TOTAL REGIONAL %
Arica y Parinacota	15.145.000	14.862.500	28.644.000	4.14%
Tarapacá	10.400.000	-	-	0.73%
Antofagasta	-	-	-	0.00%
Atacama	-	3.025.000	6.982.204	0.71%
Coquimbo	-	9.820.000	53.480.761	4.47%
Valparaíso	18.200.000	14.593.000	69.940.734	7.25%
Metropolitana	173.811.000	10.640.500	88.733.000	40.89%
O'Higgins	-	7.800.000	173.387.000	12.79%
Maule	10.800.000	10.640.500	88.733.000	7.78%
Ñuble	-	-	125.677.500	8.87%
Biobío	-	4.894.500	19.775.000	1.74%
La Araucanía	-	-	14.666.000	1.04%
Los Ríos	-	5.850.000	63.130.849	4.87%
Los Lagos	-	-	31.325.000	2.21%
Aysén	10.725.000	-	14.950.000	1.81%
Magallanes	-	-	9.927.500	0.70%
Total	239.081.000	215.784.000	961.779.523	100%

PROCHILE A TU MEDIDA

Programa creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación especialmente de las Pymes exportadoras en el comercio internacional. Fue diseñado para que las empresas puedan aumentar sus exportaciones, en volumen y en valor, para que en el mediano plazo puedan diversificar sus mercados de exportación.

Comenzó en 2019 como programa piloto, beneficiando a 25 empresas exportadoras y en el año 2020 en su primera versión se aumentaron los cupos a 80 empresas. En diciembre de 2021 se realizó una convocatoria, con 60 cupos disponibles, con foco en la Pyme exportadora, pero permitiendo la participación de microempresas y de empresas grandes (hasta 600 UF de ingresos anuales) - pero con un menor puntaje en la matriz de evaluación -. La convocatoria cerró con 145 postulaciones recibidas, de las cuales 92 pasaron el examen de admisibilidad, se adjudicaron 60 cupos y finalmente fueron preseleccionadas, 15 empresas.

SERVICIOS INTEGRADOS PARA LA EXPORTACIÓN - SIEX

En 2021 el área de Convenios, considerando la necesidad de generar una red de contactos con facilitadores del comercio en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, focalizó el trabajo en 2 tipos de convenios:

- 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 firmados llegó a 44, un 36% más que el año anterior.
- Convenios de apoyo a la gestión institucional.

El acceso de las empresas es por convocatorias y programas especiales de las distintas unidades. El trabajo amplio con Convenios consideró además la implementación de una campaña en redes sociales, la difusión mediante mailing de cada convenio, la realización de webinars de difusión y capacitación.

El área de Capacitación trabajó en materias específicas como e-Commerce, ventas y marketing, certificaciones, entre otras, como también se desarrolló material de apoyo audiovisual que estuvo disponible en la web institucional y se realizaron 20 actividades de capacitación con cerca de 1.489 beneficiarios participantes.

Durante el segundo semestre se desarrolló el Proyecto Piloto del Aula Virtual, consistente en un Programa de Formación en Gestión Internacional, en modalidad Learning Management System (LMS) o sistema de gestión de aprendizaje, orientado a empresas exportadoras asociadas al mundo exportador y personas interesadas en el comercio internacional. Este programa integró tres cursos en formato sincrónico en los meses de octubre a diciembre y logró un gran interés con más de 320 solicitudes de participación. Finalmente, y dado los cupos, 98 personas terminaron el proceso de formación. Los cursos dictados fueron Inteligencia de Mercado, Innovación para la Internacionalización, e-Negocios.

3. INNOVACIÓN Y VALOR AGREGADO

INNOVACIÓN

El área de Innovación ha tenido la estrategia de diseñar y apoyar la implementación de distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas de alto impacto,

así como generar acciones de visibilización y difusión que posicionen a Chile como referente de Innovación y Emprendimiento a nivel mundial. Las distintas herramientas se orientan de acuerdo a las diferentes etapas de desarrollo en las que se encuentran las empresas, ya sean startups y/o scaleups.

Durante este periodo el trabajo en esta área se ha centrado en generar herramientas y programas que acompañan el proceso de internacionalización de empresas, que cuentan con soluciones de base tecnológica y un alto potencial de escalabilidad en 4 grandes tipos de servicios: Market Entry Series, Speed Mentoring, Go Global y Bizmatch. Además de la definición de 6 acciones claves: Redes y Alianzas, Herramientas, Posicionamiento, Comunidad, ProChile Global X y Difusión.

En esa línea, en 2021 ProChile lanzó una plataforma de servicios llamado "ProChile Global X", la que apoyará el ingreso y desarrollo comercial de soluciones de alto valor agregado a Europa. A través de esta plataforma se buscará vincular 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); y Soft Landing y Diversificación (que permita vincularnos con proveedores de los distintos servicios de softlanding, y al mismo tiempo, podamos facilitar a través del trabajo de las Oficinas Comerciales, el incremento de la penetración de nuestras empresas, ayudando en alcanzar una mayor diversificación de mercados).

Mercados en consolidación para la estrategia en Europa: España y Alemania.

Mercados en fortalecimiento: Portugal, Francia, Benelux y Reino Unido.

Los 10 sectores más relevantes y con los que principalmente se trabajó durante 2021: Healtech, Biotech, Fintech, Edtech, Retailtech, Agtech/ Foodtech, Asset Management, AI & Analytics, Cleantech y Logistics.

Principales programas Innovación: GoGlobal, Bizmatch.

Plataforma de servicios: ProChile Global X.

Principales ferias/eventos: WebSummit, The next web, EXPO 2020 DUBAI (semana de la Innovación), London Tech Week, Collision, entre otros.

Empresas apoyadas 2021: más de 260 empresas entre GoGlobal, ProChile Global X, Speed Mentoring, Eventos, Pitch (en Expo Dubái y México), entre otros.

MÁS VALOR AGREGADO

Hemos continuado nuestro trabajo de potenciar nuevos sectores exportadores vinculados fundamentalmente a Servicios e Industria 4.0 (proveedores), Economía Creativa, así como, Alimentos con valor agregado. Las empresas atendidas por ProChile en 2021 del sector de Servicios fueron 1.251. Del total de éstas, 271 corresponden a empresas exportadoras (22%), de las cuales 150 fueron Pymex. El trabajo con estas empresas exportadoras creció un 57%. Por su parte, en Economía Creativa se trabajó con 654 empresas, de las cuales 121 eran empresas exportadoras (19%) y 39 Pymex, en este sector el trabajo con estas empresas exportadoras creció un 59%.

A nivel macrosectorial, se ve reflejado por diversas acciones realizadas durante el 2021, las cuales se detallan a continuación:

a. Servicios

El sector Servicios en Chile en su conjunto aporta el 56,4% del PIB y emplea a alrededor de 68,7% de la población, manteniendo un crecimiento constante en los últimos años, llegando en 2021, según cifras de Aduanas, a los US\$ 1.142 millones en montos exportados, lo que representa un aumento de 13% en relación al año 2020. Aunque las restricciones impuestas para contener la pandemia han tenido un fuerte impacto en los servicios, el sector registró un crecimiento general en 2021, a medida que aumentaron las tasas de vacunación y la movilidad de la población.

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.

Durante el 2020 y 2021 se realizó un estudio de la oferta nacional, de los sectores IT y BioTech, con el

objetivo de catastrar las empresas por región, tipo de servicios, género, exportadoras y no exportadoras, como también lograr determinar el nivel de conocimiento en materia de exportación de servicios, y de las herramientas de ProChile. Este estudio nos permitió catastrar a más de 358 empresas del sector, y contamos con la colaboración de Chiletec, ACTI, CCS, KODEA, Fundación Imagen País, Agetech, FinteChile, entre otros. Los resultados del estudio se encuentran publicados en la página web de ProChile.

En el periodo se ha fortalecido el trabajo a través de Marcas Sectoriales, de las cuales actualmente se encuentran en 2 activas, “Chile – A Digital Country”, liderada por el Gremio Chiletec, y “Learn Chile”, que corresponde a universidades y la que además se encuentra para el periodo 2021 –2022 con proyecto vigente.

También hay que destacar que durante el año se realizaron 2 encuentros exportadores - Enexpro - con foco en los sectores de TICS y CEI (Ciudad, Energía e Infraestructura), teniendo como resultado final una proyección conjunta cercana a los US\$ 28 millones, esto con participación de más de 372 empresas y cerca de 595 reuniones de negocios. En complemento a lo anterior se desarrolló por primera vez la Feria Virtual de Servicios ProChile que contó con 157 empresas participantes, 173 stands, 16 instituciones público-privadas participando y un total de 522 inscritos donde el 49% correspondió a empresas chilenas. Adicionalmente, se realizaron eventos virtuales como el Congreso de Innovación Educativa Dokuma con Colombia; el programa de formación virtual – internacionalización a través del mercado multilateral; Encuentro de Negocios Energía e Infraestructura con Colombia y Paraguay; Summit de energía Chile-Perú; y diversos programas de capacitación a empresas en materia de exportación del sector.

Finalmente, en el 2021 se desarrollaron 97 actividades, en las que participaron 1.251 empresas que representan a un 22% del total de beneficiarios de ProChile, las cuales buscaron posicionar al sector y diversificar sus exportaciones, formar empresas, transmitir conocimientos y buenas prácticas de los subsectores relacionados.

b. Economía Creativa

El 2021 continuó la estrategia de promoción internacional a través de la virtualidad, producto de la continuidad de la pandemia. En este contexto, ProChile en su esfuerzo de apoyar la internacionalización del sector, se propuso un ambicioso plan de trabajo: continuar la promoción de nuestra oferta exportable y con ello fortalecer el posicionamiento internacional ya adquirido. En este contexto se priorizó el trabajo con 10 subsectores: Animación, Artes Escénicas, Artes de la Visualidad, Audiovisual, Diseño, Editorial, Moda, Música, Narrativa gráfica e Ilustración, y Videojuegos.

Con este objetivo se logró seguir contribuyendo al posicionamiento de Chile como un exportador de clase mundial donde nos caracterizamos por el talento, la creatividad y el carácter innovador de sus exponentes, quienes han logrado grandes reconocimientos internacionales.

El año 2021 destaca el premio obtenido por el pabellón de Chile en la Bienal de Diseño de Londres y se organizaron más de 70 actividades de promoción de exportaciones, entre las que destacaron: Encuentro Exportador Industrias Creativas – ENEXPRO 2021; 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); BIME PRO (Música); Festival d'Angoulême (Narrativa Gráfica e Ilustración); Feria Game Developers Conference - GDC

(Videojuegos); Encuentro de programadores PLATEA en el marco del Festival Internacional de Teatro a mil (Artes escénicas). Además de un trabajo conjunto con más de 26 gremios, fundaciones y cooperativas del sector que permitió la participación de más de 650 beneficiarios, con exportaciones generadas de 20 millones de dólares.

c. Industrias 4.0

A partir del año 2020 ProChile inicia el trabajo de conformación del Subdepartamento de Industrias 4.0, el que se consolida el 2021. La conformación del nuevo subdepartamento permitió un trabajo más profundo y estratégico con el sector, destacando los 11 subsectores: Minería, Industria Forestal, Industria Acuícola, Envases y Embalajes, Metalmecánica, Fármacos, Insumos y Dispositivos Médicos, Usos alternativos del Cobre, Cosmética, Biotecnología e Insumos Textiles. Entre las principales acciones realizadas para apoyar a cada subsector, se realizó el diseño del plan de internacionalización, a través de la creación de mesas de trabajo público-privadas con actores relevantes del ecosistema, la articulación de alianzas, la generación de información comercial y el desarrollo de acciones de promoción internacional.

Asimismo, 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.

En el subsector de Minería, identificamos la Minería Extractiva no cobre metálica y no metálica, como un sector de aquellos que aportan valor, sostenibilidad y diversidad a la canasta exportadora, por lo que implementamos un programa piloto que tiene por objetivo fortalecer y/o acelerar el proceso de internacionalización en los mercados demandantes

del sector, generándose una mesa de trabajo para abordar nuevos mercados y potenciar la Feria Minera PDAC la que corresponde a un evento de encuentro y exhibición más importante de nuevos proyectos mineros y exploraciones en Canadá.

Asimismo, se reafirmó el convenio de traspaso de recursos con Minería para el 2022. En este sentido, el trabajo con gremios e instituciones que componen el 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).

En el año 2021 se realizaron las Enexpros de Minería la que dejó una proyección de negocios de alrededor de US\$20.223.201, y de Industrias 4.0, donde se incluyeron los sectores de Salud, Forestal y Metalmecánico dejando un total proyectado en negocios de US\$ 27.625.168.

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.

A modo de resumen, el resultado de los sectores de Industrias 4.0 alcanzó exportaciones por USD\$ 18.371 millones, un 27% más que igual periodo 2020, generando alrededor de 200 mil puestos de trabajo.

d. Agroalimentos

A lo largo de los años, la particular geografía y diversidad climática del país, sumada a las ventajas de los Tratados de Libre Comercio, entre otros

factores, han permitido el sostenido aumento de las exportaciones chilenas de alimentos. En este contexto, el sector privado, apoyado por una Política de Estado continua de fomento productivo y exportador, ha desarrollado un trabajo en la producción de una oferta agroalimentaria de reconocida calidad, con atributos transversales, como inocuidad, trazabilidad y sostenibilidad, como garantías internacionales de seguridad.

Hoy el sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, que se estima alrededor del 4,7%, generando alrededor de 306.000 empleos directos. La exportación del sector agroalimentos de Chile alcanzó en 2021 US\$ 17.186 millones, concentrando el 46,5% del valor total de envíos de bienes no cobre, con alrededor de 813 productos.

Agroalimentos aportó en 2021 el 49% de los beneficiarios (1.251) de ProChile. De éstos, un 78% fueron empresas no exportadoras, mientras que un 22% fueron exportadoras, siendo los principales cinco mercados de destino Estados Unidos, China, Brasil, Holanda y Canadá. En este contexto, los principales hitos de las actividades de promoción sectorial en 2021 fueron los siguientes:

Enexpro Productos del Mar: Es el tercer mayor sector productivo de Chile -después del minero y agropecuario- que exporta más de US\$ 6,2 mil millones y que emplea más de 70 mil personas en diferentes regiones del país. Por segundo año en formato virtual, el evento reunió a 70 exportadores nacionales, 100 importadores de más de 30 países, concretándose cerca de 700 citas, con proyecciones de negocios que superaron los US\$ 76 millones.

E-Enexpro Fruittrade 2021: De manera inédita, ProChile sumó a Fedefruta y su evento Fruittrade para

estimular una mayor convocatoria. Los subsectores representados en esta ronda fueron Fruta Fresca, Agroindustria, Apícola y Proveedores de servicios para el Agro. Contó con la participación de 169 exportadores y 193 importadores. Se concretaron alrededor de 550 reuniones, más de 40 mercados participantes, con una proyección de negocios de unos US\$ 33 millones.

Catálogo Vinos de Nicho: ProChile lanzó el catálogo internacional en español e inglés. La publicación abarca 60 viñas desde el Valle del Huasco hasta Osorno, las que muestran su oferta con información que contempla historia, producción, premios y contactos, entre otros. El material ya está a disposición de la Institución, en especial de las Oficinas Comerciales para su difusión. También cuentan con la misma publicación los diferentes gremios de vinos.

Innovación Alimentaria: 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 hacerla más competitiva. Se entiende por Innovación Alimentaria, aquella oferta de productos sofisticada, altamente escalable y competitiva. Abarca categorías como: Food Tech, Aditivos Especializados, Alimentos Fortificados, Alimentos "Libres De", Ingredientes Funcionales y Suplementos Alimenticios.

ProChile, en un trabajo coordinado con Transforma Alimentos (Corfo), ha reforzado la promoción internacional de este grupo de empresas. En 2020 la CORFO, Ministerio de Agricultura y ProChile suscribieron un convenio de colaboración, para reforzar una estrategia de posicionamiento internacional

de los alimentos innovadores de nuestro país. Producto de esto, en 2021 se lanzó conjuntamente el segundo Catálogo de Innovación Alimentaria de Chile, publicación que muestra el esfuerzo de 50 innovaciones desarrolladas por empresas chilenas. A esto se suma el trabajo de ProChile con un grupo de empresas exportadoras y con potencial exportador. Ejemplo de ello es la estrategia de softlanding con 20 empresas, que tienen interés en ingresar al mercado de la Unión Europea.

Ferias y eventos internacionales: Junto con esto, en 2021 se destacó el estímulo a la participación de empresas chilenas en diversas ferias internacionales especializadas en alimentos y vinos. En este sentido destaca especialmente la participación de Chile en EXPO 2020 DUBAI.

4. PROCHILE DIGITAL

La estrategia de Transformación Digital de ProChile ha sido uno de los pilares fundamentales durante este periodo. 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 (ciudadanía).

Los cinco focos estratégicos y sus principales resultados son:

- **Inteligencia de Mercado:** la captura, recopilación, estructuración y análisis de la información o datos provenientes de fuentes internas como externas, ha sido una de las acciones que ProChile ha modernizado y automatizado, a través de la construcción de un data warehouse, como base consolidada de información estratégica, permitiendo dar un salto hacia el análisis de datos e implementación de

herramientas, que entregan información en un formato visual (Dashboard).

- **Servicios digitales para beneficiarios:** la entrega de un mejor servicio a los usuarios, generando una estrategia cliente céntrica, ha sido uno de los focos y pilares institucionales fundamentales para este nuevo ProChile 3.0. Con el objetivo de dar respuesta a las nuevas necesidades de nuestros beneficiarios, se hace entrega de cinco proyectos: Centro de Ayuda, Sistema de Rendición ProChile (SRP), Centro Digital de Conocimiento (CDC), Nuevo Sitio Web y Aula Virtual.

- **e-Commerce:** ProChile ha querido sumarse a la nueva era mundial de la comercialización electrónica, con la finalidad de facilitar a las empresas chilenas, la venta internacional de bienes, servicios y contenidos digitales, a través de los canales online. Bajo este eje estratégico digital, ProChile presenta tres proyectos: One Click Import, Catálogos Digitales y e-Exporta.

Además se desarrollaron dos acciones, una enfocada al mercado de Japón para el macrosector de agroalimentos llamada “Fortalecer la Plataforma Comercial e-Commerce 2.0 en Japón” y para Servicios “Plan Piloto- e-Commerce”, con el objetivo de conocer la posibilidad de canalizar productos chilenos a través de plataformas de comercio electrónico en India.

- **Herramientas Digitales Para la Gestión:** Este foco estratégico, es el pilar de la modernización del Servicio. Incluye la implementación de herramientas digitales, con uso e impacto en todas las oficinas de Chile y la red externa, permitiendo agilizar la gestión, dando mayor transparencia y trazabilidad a los procesos, garantizando una mayor eficiencia en el uso de recursos. Las iniciativas que dan sustento a este

foco digital son: Cero Papel (Gestor Documental), CRM y ERP.

- **Eventos Virtuales:** ProChile se ha sumado a la vanguardia de los eventos digitales, que simulan reuniones físicas de forma virtual, es decir, sin contacto físico, donde la comunicación se realiza a través del intercambio de información entre los participantes desde la pantalla de diversos dispositivos móviles, tablet o de escritorio, permitiendo la obtención de métricas y medición de resultados en tiempo real. Este eje digital se encuentra representado a través de la iniciativa denominada Plataformas e-Ruedas y e-Ferias.

De los cinco conceptos indicados, se ha hecho un importante avance principalmente en el primero de ellos que es la analítica de datos que permitirá contar con la información necesaria en forma fácil, rápida y permanente para realizar una medición objetiva y cuantitativa de resultados de las distintas iniciativas de Transformación Digital. Como ejemplos, se detallan los cuatro siguientes:

- **Centro Digital de Conocimiento (CDC):** es una “vitrina” organizada de contenidos digitales (texto, podcast y video) de utilidad para la comunidad de usuarios internos, beneficiarios de ProChile y ciudadanía, permitiendo gestionar y difundir el conocimiento institucional. Esta plataforma busca generar un espacio digital de conocimiento compartido, convirtiéndose en el “Buscador Institucional”, siendo reconocido como el referente de búsqueda para funcionarios y beneficiarios de ProChile en materia de exportaciones y comercio internacional.
- **One Click Import:** plataforma que permite a través de un proceso automatizado realizar el cruce entre la demanda de mercados internacionales y la oferta nacional de productos/servicios.

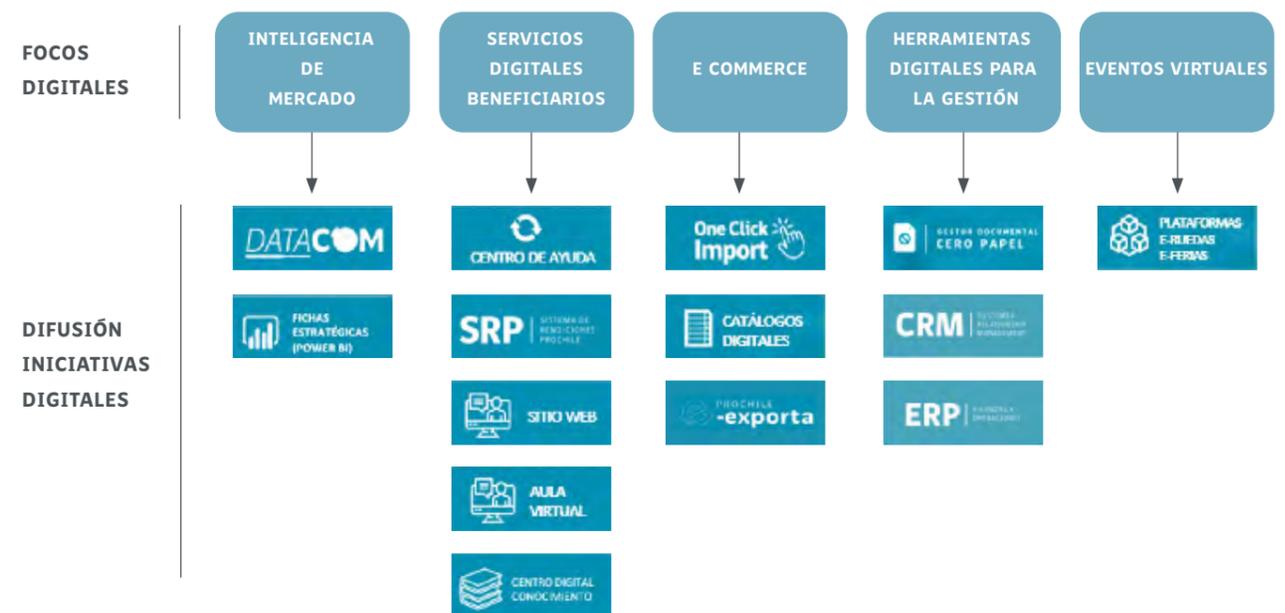
Formulada para aumentar las exportaciones y diversificar mercados de nuestros beneficiarios, a través de la promoción proactiva de la oferta nacional, junto a la digitalización de la gestión institucional interna, reduciendo los tiempos de respuesta al importador (3-5 días).

- **Centro de Ayuda:** servicio digital de apoyo a los usuarios para sus consultas sobre información comercial, servicios y herramientas de ProChile,

a través de formulario virtual disponible en el sitio web institucional.

- **Catálogo Digital:** portal vinculado al nuevo sitio web de ProChile, que aloja de forma centralizada la información de la oferta exportable nacional. Su diseño es intuitivo y amigable, permitiendo realizar búsquedas a través una serie de variables definidas.

ESTRATEGIA TRANSFORMACIÓN DIGITAL PROCHILE 3.0



5 FOCOS DIGITALES

5. SOSTENIBILIDAD, GÉNERO Y PUEBLOS ORIGINARIOS

SOSTENIBILIDAD

Se trabajó en la primera Política de Sostenibilidad en la Institución, con visión a contribuir a la agenda 2030 de los ODS y sumar a ProChile a la acción climática global. La Política de Sostenibilidad cuenta con 18 iniciativas concretas para avanzar en 5 pilares de acción: Conducta responsable; Formación y sensibilización; Empresas conscientes; Gobernanza; y Comercio sostenible. Además, la unidad creó el Test de Sostenibilidad que consiste en una herramienta de autodiagnóstico gratuita, permitiendo a todos nuestros beneficiarios medir su estado de gestión sostenible a lo largo de la cadena de su producción y exportación. Se conformó el Consejo de Sostenibilidad, junto a 11 de los más destacados representantes del sector privado y público. Y finalmente junto al Ministerio de Energía y la Cancillería, ProChile tomó el rol en la internacionalización de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde.

GÉNERO

A su vez ProChile se ha propuesto el objetivo de generar un comercio internacional más inclusivo, teniendo como uno de sus principales focos estratégicos el empoderamiento económico femenino y el desarrollo económico de los Pueblos Originarios de Chile en el ámbito exportador. Es por eso que hace cinco años creó el programa Mujer Exporta, que contempla un conjunto de acciones diseñadas especialmente para impulsar, desarrollar y fortalecer el trabajo de empresas exportadoras o con

potencialidad exportadora lideradas por mujeres. A través del Programa Mujer Exporta desde el 2018 se han beneficiado más de 1.500 empresas lideradas por mujeres con quienes hemos trabajado en 3 pilares: Formación, Internacionalización, Vinculación y Posicionamiento.

El 2021 se han realizado acciones de formación: entre las cuales están el Plan Piloto UPS, Women in Tech. Acciones de internacionalización: Feria Virtual ME, Programa Axort, EXPO 2020 DUBAI y Acciones de posicionamiento: Unboxing Mujeres en Latinoamérica y Plataforma activa empresarias. Es a su vez importante destacar el camino iniciado por la institución el 2021 para contar con la certificación Norma NCH 6262 "Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la vida laboral, personal y familiar", siendo uno de los pocos servicios públicos que pueden contar con esta distinción. Lo anterior se refuerza con la firma de un convenio con el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, mediante el cual las partes se comprometieron a apoyar la difusión y acercar la información a las empresas para obtener la certificación de la Norma Chilena 3262 y, una vez cumplidos los requisitos, que éstas puedan postular y obtener el Sello Iguala.

PUEBLOS ORIGINARIOS

En ProChile trabajamos por reconocer, revalorizar y compartir con el resto del mundo la cultura indígena presente a lo largo de todo el territorio de nuestro país. El mayor atributo de los empresarios pertenecientes a este grupo no es solamente la calidad y exclusividad de sus productos. La mantención de las tradiciones de los pueblos originarios son un valor en sí mismo en las sociedades actuales. Las empresas lideradas por miembros de pueblos



6. IMAGEN DE CHILE, INVERSIÓN Y TURISMO

IMAGEN DE CHILE

Durante 2021 comenzó la participación de Chile en EXPO 2020 DUBAI donde nuestro país ha dado a conocer al mundo su aporte en innovación, sostenibilidad y seguridad alimentaria, a través de una variada oferta exportable con alto valor agregado. En estos 6 meses, además, se ha puesto foco en visibilizar un país diverso y multifacético, a través de la conexión entre nuestro pabellón con la Antártica, el desierto florido, sus vinos y gastronomía, y los distintos representantes de regiones que han participado en las actividades comerciales que ProChile ha organizado, como coordinador de la presencia de Chile en la Expo, que ha permitido generar más de 1000 reuniones para empresas e instituciones chilenas.

i. Ferias Internacionales

Eventos que permiten presentar la oferta exportable de productos y servicios nacionales, impulsando la interacción y encuentros entre empresas exportadoras chilenas y compradores internacionales. Una invitación diseñada y dirigida a empresas chilenas exportadoras o con potencial exportador.

Entre enero y diciembre 2021, ProChile participó en 26 ferias internacionales, en formato presencial y virtual, entre las que se destacan Feria Anuga, Feria China Fisheries & Seafood Expo, Feria Fil Frankfurt y Feria Tokyo Games Show, Feria NY Now, entre otras. Es así que durante el año 2021 se participó en:

originarios han sido parte de la economía chilena y están presentes en todas las actividades productivas. Destacan especialmente en los sectores agrícolas, hortícolas, forestales, pesqueros y turísticos. También su patrimonio cultural resalta en emprendimientos de artesanía, orfebrería y textiles, como también lideran emprendimientos innovadores en los sectores de servicios e industrias creativas.

En ProChile trabajamos por reconocer, revalorizar y compartir con el resto del mundo la cultura indígena presente a lo largo de todo el territorio de nuestro país. En un trabajo colaborativo junto a otros organismos públicos y privados, continuaremos desarrollando programas de formación, como el que tenemos con CONADI donde el trabajo conjunto ha permitido beneficiar a más de 60 empresas.

Por último, en vinculación y posicionamiento, es clave la articulación, generación de redes, alianzas estratégicas y colaboración con distintas instituciones público/privadas, en las cuales destacan, CN SERCOTEC, CONADI, Comité Indígena de CORFO, Ministerio de Desarrollo Social y Familia, UCAI, SUBREI, ONU Mujeres- Originarias, BID, WINTA; Guía de Buenas Prácticas de Comercialización en conjunto con el Servicio Nacional de Patrimonio Cultural y CN SERCOTEC Inakeyu. Así como también acciones de sensibilización que permiten acercar, conocer y la co-creación de iniciativas permitiendo la integración e inclusión real de los pueblos originarios.

Nº de Eventos	26 ferias internacionales
Nº Total Empresas Exportadoras	595
Nº Total Empresas Importadoras	554
Sectores participantes	en Orden de participación:
	· 1o Economías Creativas
	· 7 AgroAlimentos
	· 5 Servicios
	· 2 Industrias 4.0
	· 1 Turismo
	· 1 Innovación

Durante todo el proceso, las empresas participantes fueron acompañadas por una Oficina Comercial de ProChile en América del Norte, junto con los socios estratégicos con quienes se trabajó en cada mercado, para poder acercarlos a la generación de negocios.

Nº Total Empresas participantes	68 (1)
Nº Total Empresas Importadoras	72 (2)
Nº Total Empresas Exportadoras	140
Proyección de negocios	US\$2.464.000

(1) Empresas nacionales: 15 Industrias Creativas / 23 Innovación Alimentaria / 30 Innovación y Servicios

(2) Empresas extranjeras: 41 Industrias Creativas / 28 Innovación Alimentaria / 3 Innovación y Servicios

ii. Marcas Sectoriales

Apoyamos a diversos sectores exportadores chilenos a fortalecer su posicionamiento en el mundo, a través de la creación, diseño e implementación de marcas representativas de cada área, que potencian la imagen de Chile en el exterior por medio del desarrollo de campañas de marketing internacional.

En 2021 se trabajó con 17 marcas activas (2 de Servicios, 5 de Industrias Creativas y 10 de Agroalimentos), de las cuales 13 tuvieron proyectos vigentes, en los que participan 12 gremios y 25 instituciones de educación superior.

iii. Chile Connected

Evento integral y a la medida que apunta a desarrollar un trabajo personalizado con cada una de las empresas participantes, abarcando dos etapas:

- Mentoría (preparación para el mercado)
- Reuniones de negocios

iv. Chile Week China

Evento que busca mantener y/o crecer en el mercado chino, apoyando a empresas que hoy están haciendo negocios en dicho país, a través de empresas chilenas ya instaladas en el mercado, así como importadores de productos chilenos en su gestión comercial, a objeto de atraer nuevas oportunidades comerciales para las empresas, fidelizar a sus clientes y aumentar su identificación con nuestra marca país, de manera que estas acciones puedan incidir en nuevas importaciones. La actividad se realizó en Beijing, Shanghai y Chengdú:

Nº Total Empresas participantes	203
Nº Total Empresas Importadoras	20
Nº Total Empresas Exportadoras	183
Proyección de negocios	US\$ 1.000.000

v. Unboxing Chile

Con el único propósito de aumentar las exportaciones como aliada de la reactivación económica y la generación de más empleos en las empresas nacionales, ProChile destinó sus esfuerzos junto a los principales gremios empresariales en una novedosa campaña de marketing lanzada en los diversos mercados definidos como prioritarios, Unboxing Chile, cuyo objetivo fue promocionar la oferta de nuestro país como confiable, sustentable y de calidad. Esta campaña incluyó el despacho de cientos de cajas a influencers de todo el mundo con productos típicos de la industria nacional en su interior. Si bien cada mercado contó con sus influencers locales, por cercanía con el público, a nivel mundial fue el destacado futbolista Alexis Sánchez quien promocionó los diferentes sectores de la producción nacional que participaron en la campaña a lo largo de un año: alimentos, industrias creativas, servicios e industrias 4.0.

vi. Campañas Digitales B2B y B2C

Se realizaron durante el 2021 dos campañas de marketing, ambas del macrosector de agroalimentos. La primera llamada "Posicionamiento Comunicacional de la Industria de Aceite de Oliva Premium en el mercado de Brasil", el objetivo fue posicionar el producto y activar las ventas de las empresas que están en el mercado a través de campañas RR.SS. utilizando la red de las campañas sectorial Chile Aceite de Oliva (Fcbk - 200.000 seguidores e Instagram-1000 seguidores), generando gráficas nuevas y contenidos. La segunda campaña "Unboxing Chile - Marketing Digital Japón 2021", consistió en la generación de material digital atractivos para el consumidor japonés, la cual incluyó videos, recetas, programas, catálogos, y otros que se utilicen en las campañas comunicacionales, de promoción de puntos

de ventas on y off line, e-commerce, canales Horeca, sectores de servicios, etc.

INVERSIÓN

ProChile da el paso para estar a la altura de las agencias de promoción de comercio más modernas al incorporar un programa piloto sobre Cadenas Globales de Valor (CGV), encadenamientos productivos y apoyo a la atracción de inversión extranjera directa (IED), acorde con las tendencias y coyuntura del comercio internacional.

Las acciones se concentran en apoyar la escala exportadora de empresas que se encuentran limitadas por insumos y bienes intermedios que no se encuentran disponibles en el mercado nacional. En este sentido, destaca la importancia que pueden jugar los encadenamientos productivos en el apoyo a las exportaciones de las pymes y empresas medianas con productos de alto valor agregado e innovación, generalmente soluciones tecnológicas en el plano de salud y medio ambiente, y que requieren insumos intermedios que no se fabrican en Chile. En cuanto a impulsar la participación de empresas chilenas en las CGV se está trabajando en un proyecto para promover la oferta exportable de empresas chilenas en segmentos de las CGV, aprovechando la tendencia mundial a diversificar los procesos productivos y acercarse a los mercados finales (nearshoring), especialmente empresas de Estados Unidos y Canadá.

En cuanto a inversiones, se está trabajando con foco en las regiones, en coordinación con los gobiernos regionales e InvestChile, para apoyar proyectos privados exportadores detectados por las oficinas regionales y que pueden tener alto impacto en el

desarrollo regional y el empleo. También se apoyarán las empresas chilenas que invierten fuera del país.

TURISMO

ProChile tiene como objetivo colaborar en la promoción y difusión en el exterior del turismo y en la atracción de la inversión extranjera hacia Chile. Con foco en el Turismo receptivo, ProChile inició en 2021 una activa participación en la promoción del sector turismo, su reactivación y el apoyo a la internacionalización de empresas turísticas 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:

- a.- Atracción de Inversiones Turísticas
- b.- Turismo Indígena
- c.- Imagen Chile.

Como importante hito, y gracias a la alianza entre ProChile, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo, durante el 2021, nuestro país fue el anfitrión de una feria sin precedentes para el ámbito turístico nacional: Chile Virtual Expo Tourism, evento 100% online que convocó a 201 expositores nacionales —entre ellos, turoperadores, agencias de viajes, convention bureaus y otros-, que mostraron al mundo los atractivos turísticos del país y desarrollaron negocios con empresas en el extranjero. Esta primera Feria Virtual Expo Tourism, atrajo a más de 1.300 asistentes de 36 diferentes países.

Durante el año 2021 se realizaron Ruedas de Negocios para Turismo en el marco de los Encuentros con Brasil, Colombia, Perú y Estados Unidos, que permitieron la conexión de empresas de turismo chilenas con sus contrapartes. Así mismo, se desarrollaron actividades de capacitación para las empresas chilenas oferentes de servicios turísticos respecto de los visitantes de Argentina, Perú, Colombia e Italia, sus características demandas y necesidades.

Otro evento sin duda importante fue la Semana del Turismo en el marco de la Expo Dubái, donde, gracias a un trabajo colaborativo con Sernatur, se pudo mostrar en una cámara inmersiva las maravillas de la naturaleza del sur de Chile, con enfoque en la sustentabilidad y la conservación del medio ambiente.





III. INSTITUCIONALIDAD



1. QUIENES SOMOS

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

ProChile apoya a las empresas exportadoras mediante diversas herramientas y programas con el fin de fortalecer la capacidad exportadora y así propiciar el incremento de su presencia internacional, para lo cual es fundamental enfocar el esfuerzo en conectar la oferta exportable chilena con importadores idóneos según sector y mercado.

MISIÓN:

Nuestra misión es 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.

VISIÓN:

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

FACULTADES DEL SERVICIO

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

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

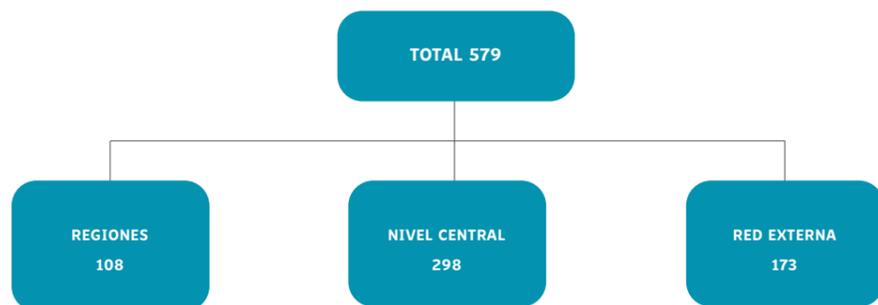
ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

El Servicio durante el año 2021 orgánicamente fue organizado como muestra la siguiente gráfica:



DOTACIÓN DE PERSONAL

ProChile en 2021 contó con una estructura de dirección centralizada y una distribución territorial que considera la presencia de 16 oficinas regionales a nivel país y 57 oficinas comerciales distribuidas alrededor del mundo. Para cumplir con su misión y objetivos estratégicos, ProChile contó en el 2021 con una dotación de 579 funcionarios.



Principales Autoridades en el año 2021

Cargo	Nombre
Director General	JORGE O´RYAN SCHÜTZ
Directora de Asuntos Jurídicos	PAULINA VALDERRAMA ARAVENA
Director Administrativo	HUGO CORALES COFRÉ
Directora Nacional	LORENA SEPÚLVEDA VILLA
Jefa Departamento Dirección Internacional	LORENA SÁNCHEZ PINO
Jefe Departamento Dirección de Desarrollo Estratégico	MARCELO SOBARZO ANENTO
Jefe Departamento Dirección de Marketing y Eventos	CLAUDIA SERRER URRUTIA
Jefa (S) Departamento Dirección Comunicaciones Estratégicas	MARIA JOSE HERNANDEZ ALCAINO

En el ámbito de Gestión de Personas aspectos relevantes de destacar son:

CERTIFICACIÓN BAJO LA NORMA NCH 3262

- Gestión de igualdad de género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal.
- Cuarto Servicio Público en obtener esta certificación lo que refleja nuestro compromiso con la equidad y buen trato al interior de ProChile.

CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN EN LOS EJES ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES

- Destaca la ejecución de 180 diplomados para especializar a nuestro personal en comercio internacional y habilidades directivas.

NUEVO SISTEMA DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO.

- Basado en competencias y metas.

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO INSTITUCIONAL.

- ProChile Awards 2021.

GESTIONES DE RIESGO DE DESASTRE

En el año 2021 la gestión de riesgo de desastres se abordó en base a las temáticas que se detallan a continuación:

Emergencias

Funcionarios: Se realizaron capacitaciones para todos los funcionarios de ProChile, una denominada “Que hacer en caso de emergencia” para dar a conocer los pasos a seguir en caso de presentarse emergencias de origen natural u originadas por fallas mecánicas o humanas y una segunda denominada “Uso y manejo de extintores”, ambas impartidas por el Instituto de Seguridad Laboral.

Monitores: Se realizó un levantamiento y actualización de los monitores de seguridad por área, se capacitó a estos funcionarios con la finalidad de entregar herramientas para liderar una eventual evacuación en caso de ser necesario, además de entregar conocimientos orientados a la psicología de una emergencia.

Actualización de Procedimiento de Emergencia:

para las dependencias ubicadas en calle San Martín, acción que también contempló su difusión para todos los funcionarios. Además, se actualizaron los monitores de seguridad y se realizó un ejercicio de simulacro de emergencia con la presencia de la Mutual de Seguridad.

Elaboración de señalética corporativa sobre emergencias: se implementa y difunde esta señalética para abordar emergencias en todos los centros de trabajo a nivel nacional de ProChile.

Pandemia COVID-19

El año 2021 se implementaron protocolos y medidas para garantizar un trabajo seguro en contexto de pandemia, entre ellos se pueden mencionar:

- i. Protocolo Interno de Prevención COVID-19 para funcionarios.
- ii. Protocolo Comisiones de servicio para funcionarios.
- iii. Protocolo caso positivo COVID-19.
- iv. Difusión de temas COVID
 - Difusión de información sobre: Usa tu mascarilla / Higieniza tus manos
 - Difusión Protocolo COVID-19
- v. Constitución mesa de trabajo COVID-19
- vi. Control y manejo de aforos según fase del Protocolo "Paso a Paso".
- vii. Seguimiento de casos activos COVID-19 y contactos estrechos
- viii. Adaptación del trabajo en modalidad teletrabajo y presencial.

-Implementación de sanitizadores: estos equipos capaces de funcionar 24x7, son capaces de eliminar el 99,9 de virus de COVID-19, entre otros, que pueda quedar suspendido en el aire o en superficies.

-Implementación de señalética: indicativa de restricción de espacios y medidas de seguridad.

-Paneles acrílicos: instalación de paneles en estaciones de trabajo estratégicas.

-Inspecciones diarias en terreno: nuestra prevenciónista realiza para asegurar que todos los funcionarios estén usando correctamente sus elementos de protección personal e incentiva medidas de autocuidado.

Por su parte en el ámbito de seguridad de la información, las medidas y acciones ejecutadas fueron:

- Implementar las medidas informadas por el Servicio Civil para que un elevado porcentaje de los funcionarios puedan ejercer sus labores en forma telemática en periodo de pandemia y así fue posible que la institución respondiera oportuna y eficientemente a las necesidades expuestas por la ciudadanía en el ámbito de su competencia.
- Difundir permanentemente a funcionarios las amenazas que eventualmente podrían enfrentar en ambientes de teletrabajo y capacitar respecto de las prevenciones a tomar para evitarlas.
- Monitorear tanto el cumplimiento de los procedimientos de control de acceso físico a instalaciones, como de las medidas de protección contra amenazas externas y del ambiente para el equipamiento en los data-center de la institución.
- Migrar los servicios informáticos para el apoyo de procesos estratégicos de la institución a sistemas SaaS (en la nube).
- Definir protocolos para dar continuidad a los procesos de comunicación y flujos de documentación (Oficina de partes) en caso de desastre.

- Habilitar espacio apropiado para el resguardo de activos de información, que contempló a áreas como Archivo General, Oficina de partes y la sala de servidores computacionales y en general instalaciones institucionales, con el propósito de preservar los activos de información que dichas áreas mantienen bajo su administración.
- Mantener las acciones adoptadas en la ex-Direcon para situaciones de emergencia en las instalaciones dependientes de ProChile donde un funcionario se encuentre. Ejemplo: incendio, sismo, etc., mediante el procedimiento de contacto con autoridades.

fue de MM\$ 44.462. La ejecución presupuestaria alcanzó un 93.42%, la cual superó, la proyección del 92% que se había estimado para el año, y el 91,3% del año anterior, donde el monto total gastado fue de \$38.280 MM de pesos.

El detalle de Ejecución de Gasto es el siguiente:

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

El presupuesto de ProChile en 2021, según ley vigente,

GASTOS ESTADO DE OPERACIÓN		En MM\$
Denominación presupuestaria	Total	Porcentaje de Ejecución
<i>Gastos en personal</i>	\$22.116	96,50%
<i>Bienes y servicios de consumo</i>	\$3.294	86,80%
<i>Prestaciones de seguridad social</i>	\$107	99,50%
<i>Transferencias corrientes</i>	\$13.379	89,50%
<i>Adquisición de activos no financieros</i>	\$271	90,90%
GASTOS BAJO LA LÍNEA		En MM\$
Denominación presupuestaria	Total	Porcentaje de Ejecución
<i>Íntegros al Fisco</i>	\$1.221	97,90%
<i>Servicio de la Deuda</i>	\$1.149	\$1.149
Total	\$41.536	\$41.536

La situación financiera se detalla a continuación

Servicio del Ministerio de Relaciones Exteriores (Partida 06, Capítulo 07, Programa 01), cuyos programas sectoriales de ProChile financiados con aporte fiscal, y con transferencias desde el Ministerio de Agricultura (Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias), el Comité de Inversiones Extranjeras, Subsecretaría de Minería – FIE y Secretaría y Administración General de Hacienda, incluye gastos de personal, bienes y servicios de consumo e inversión.

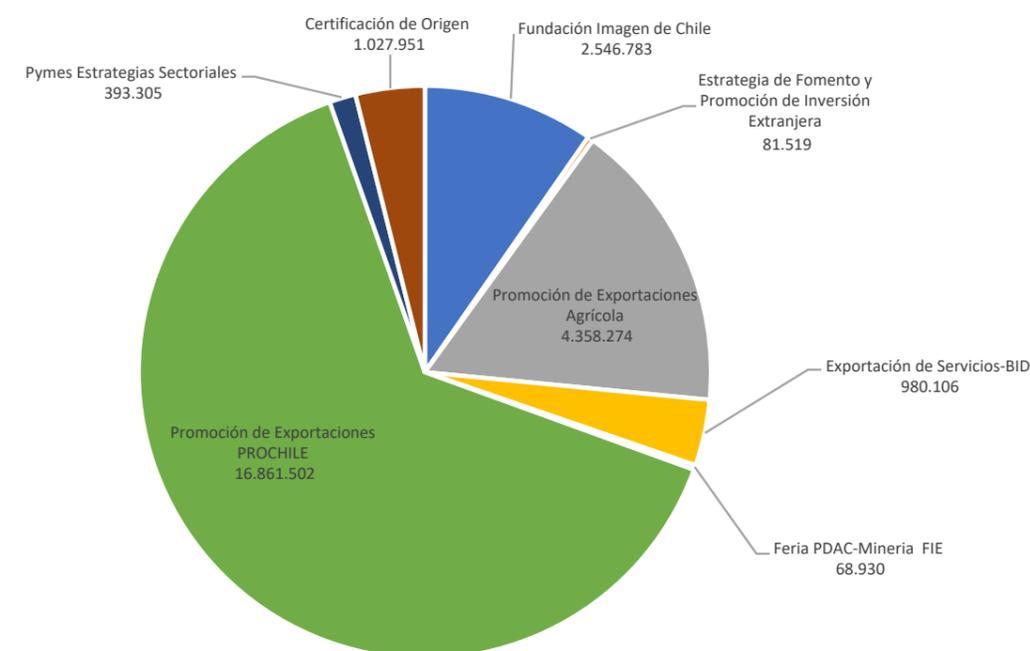
Ejecución Presupuestaria 2021 - Consolidado Moneda Nacional, (t/c 765,70 año 2021)

LINEAS PROGRAMATICAS	PRESUPUESTO		VARIACIÓN		GASTO devengado	SUB EJECUCION	
	inicial	vigente	M\$	%		M\$	%
	(1)	(2)	(3)=(2)-(1)	(4)=(3)/(1)		(6)=(2)-(5)	(7)=(0)/(2)
DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCION DE EXPORTACIONES	42.978.380	44.462.170	1.483.790	3%	41.536.201	2.925.969	7%
Fundación Imagen de Chile	2.546.783	2.546.783	-	0%	2.546.783	-	0%
Estrategia de Fomento y Promoción de Inversión Extranjera	264.213	290.001	25.788	10%	270.727	19.274	7%
Promoción de Exportaciones Agrícola	7.049.769	7.555.162	505.393	7%	6.935.050	620.112	8%
Exportación de servicios - BID	772.606	1.082.474	309.868	40%	980.106	102.368	9%
feria PDAC Minería FIE	101.838	171.358	69.520	68%	164.497	6.861	4%
Promoción de Exportaciones ProChile	29.841.738	30.211.717	369.979	1%	28.499.243	1.712.474	6%
Pymes Estrategias Sectoriales	1.468.524	1.488.560	20.036	1%	1.111.845	88.165	8%
Certificación de Origen	932.909	1.116.115	183.206	20%	1.027.951	88.165	8%

Ejecución Presupuestaria 2021 - Moneda Nacional (M\$)

LINEAS PROGRAMATICAS	PRESUPUESTO		VARIACIÓN		GASTO devengado	SUB EJECUCION	
	inicial	vigente	M\$	%		M\$	%
	(1)	(2)	(3)=(2)-(1)	(4)=(3)/(1)		(6)=(2)-(5)	(7)=(0)/(2)
DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCION DE EXPORTACIONES	26.216.441	27.856.434	1.639.993	6%	26.318.371	1.538.063	6%
Fundación Imagen de Chile	2.546.783	2.546.783	-	0%	2.546.783	-	0%
Estrategia de Fomento y Promoción de Inversión Extranjera	26.080	82.496	56.416	216%	81.519	977	1%
Promoción de Exportaciones Agrícola	4.218.976	4.783.328	564.352	13%	4.358.274	425.054	9%
Exportación de servicios - BID	772.606	1.082.474	309.868	40%	980.106	102.368	9%
feria PDAC Minería FIE		69.520	69.520	0%	68.930	590	1%
Promoción de Exportaciones ProChile	17.251.333	17.704.172	452.839	3%	16.861.502	842.669	5%
Pymes Estrategias Sectoriales	467.754	471.546	3.792	1%	393.305	78.241	17%
Certificación de Origen	932.909	1.116.115	183.206	20%	1.027.951	88.165	8%

Distribución por Fondo Moneda Nacional



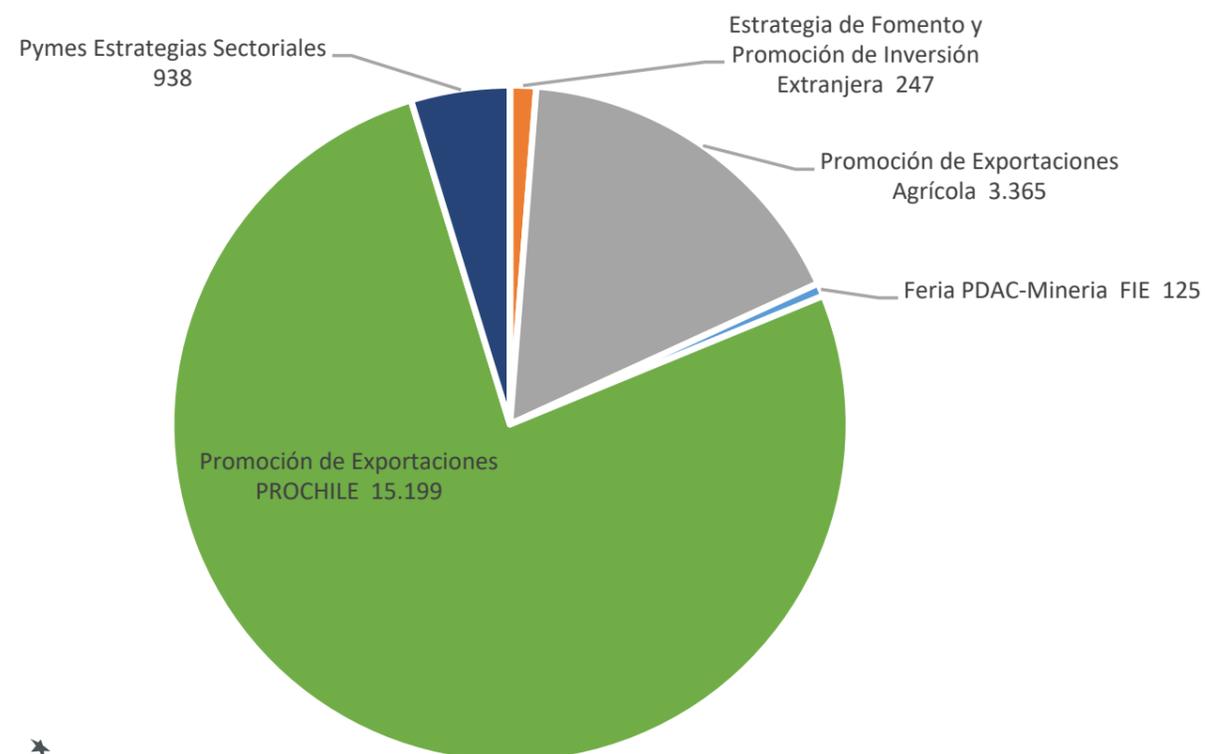
La Dirección General de Promoción de Exportaciones alcanzó una ejecución del 94% en moneda nacional, cifra importante dado el escenario nacional e internacional que se desarrolló en los últimos dos años. En este contexto, la subejecución del 6% registrada al 31 de diciembre, obedece principalmente a la menor ejecución de los fondos concursables adjudicados a empresas del sector silvoagropecuario, servicios y economía creativa. Las empresas beneficiarias de estos fondos debieron modificar las fechas de ejecución de las actividades, desplazándolas para fines de año, inicios del 2022 o bien cancelando actividades ya financiadas. Otro factor que incidió en este resultado fue la no materialización de algunas contrataciones planificadas a causa de las

restricciones provenientes del oficio circular N°15, lo que impidió concretar algunas contrataciones de servicios; comisiones de servicios y horas extras. Así mismo, debido a dificultades de algunos proveedores para la emisión oportuna de la factura, o la no entrega de los productos, como lo ocurrido con el contrato de arriendo de computadores, los que al 31 de diciembre aún no eran enviados por el proveedor por quiebre de stock, lo que generó una subejecución en el subtítulo 22 y 29.

Ejecución Presupuestaria 2021 - Moneda Extranjera (MU\$)

LINEAS PROGRAMATICAS	PRESUPUESTO		VARIACIÓN		GASTO	SUB EJECUCION	
	inicial	vigente	M\$	%	devengado	M\$	%
	(1)	(2)	(3)=(2)-(1)	(4)=(3)/(1)	(5)	(6)=(2)-(5)	(7)=(1)/(2)
DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCION DE EXPORTACIONES	21.891	21.687	-204	-1%	19.874	1.813	8%
Fundación Imagen de Chile			-	0%	-	-	0%
Estrategia de Fomento y Promoción de Inversion Extranjera	311	271	-40	13%	247	24	9%
Promocion de Exportaciones Agrícola	3.697	3.620	-77	-2%	3.365	255	7%
Exportación de servicios - BID			-	0%	-	-	0%
feria PDAC Minería FIE	133	133	-	0%	125	8	
Promoción de Exportaciones ProChile	16.443	16.335	-108	-1%	15.199	1.136	7%
Pymes Estrategias Sectoriales	1.307	1328	21	2%	938	390	29%
Certificación de Origen				0%			0%

Distribución por Fondo Moneda Extranjera



La Dirección General de Promoción de Exportaciones alcanzó una ejecución del 92% en moneda extranjera, cifra importante dado el escenario nacional e internacional que se desarrolló en los últimos dos años. En este contexto, la subejecución del 8% registrada al 31 de diciembre, obedece principalmente a recursos proveniente de la cancelación de actividades en el exterior, hecho acontecido en los meses de noviembre y diciembre producto del incremento de los contagios de la variante ómicron de Covid, lo cual, llevó a varios mercados a restablecer restricciones al ingreso de personas desde el exterior. Misiones comerciales, ruedas de negocios presenciales y ferias, experimentaron cancelaciones de última hora por las dificultades en Europa y Asia, que hacían poco viable la concurrencia de empresas nacionales en los mercados. Nuestros esfuerzos se focalizaron entonces en el desarrollo de la exposición universal Expo Dubái, donde Chile tuvo una destacada participación. Otro factor que incide en la subejecución de la moneda extranjera, sobre todo en el subtítulo 21 y 22, guarda relación con el desfase natural que experimentan las rendiciones de cuenta de las oficinas en el exterior para el periodo noviembre y diciembre, ya que las rendiciones del mes de diciembre deben ser remitidas en el mes de enero, siendo estas registradas en el ejercicio del siguiente año. ProChile opera 57 oficinas comerciales en el exterior cuya operación de diciembre en general debe contabilizarse en el mes de enero del año siguiente, así como las comisiones de servicio que no pudieron realizarse en el primer semestre debido a la pandemia y las consecuentes rendiciones de las comisiones entregadas en el mes de diciembre.

Otro factor que intervino en la subejecución del subtítulo 21, correspondería a la demora en la contratación de reemplazos en el exterior, ya sean agregados comerciales, como asistentes, los cuales, deben tener autorización de DIPRES, lo que genera saldos en los meses que no se reemplazan dichas plazas en los mercados.

3. COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA

La interacción con la ciudadanía es un factor importante en el quehacer del Servicio, por esto la atención y difusión de información oportuna y responsable es relevante. A continuación, se resume el resultado de esta interacción:

Sistema Integral de Atención Ciudadana		
OIRS	Número de Atenciones Respondidas	Porcentaje de Ejecución
Transparencia	Número de Solicitudes Respondidas	96,50%
Lobby	Número de Audiencias Recibidas	69
	Número de Audiencias Publicadas	31
	Número de Viajes Publicados	178
	Numero de Donativos Publicados	23
Estadísticas de visitas al sitio www.prochile.gob.cl		
Visitantes	Usuarios que han iniciado al menos una sesión durante el periodo	256.028
Visitas	Número total de sesiones que se han realizado durante el periodo	455.434
Nuevas visitas	Número de usuarios nuevos durante el periodo	253.485
Páginas vistas	Cantidad de páginas vistas	1.041.084
Redes Sociales		
Facebook	Fans	34.913
Youtube	Suscriptores	2.130
Instagram	Seguidores	19.006
Twitter	Seguidores	84.123
Linkedin	Seguidores	37.746
Centro de Ayuda		
Visitas a la Base de Conocimiento	Número total de visitas	50.466
Consultas atendidas en Zendesk	Número total de consultas atendidas	1.282
Participación Ciudadana		
Consulta Ciudadana	Número de respuestas recepcionadas	115
Cuenta Pública Participativa	Número total de opiniones recepcionadas	7
	Número total de visualizaciones en Youtube	258

4. CERTIFICACIÓN DE ORIGEN

El proceso de certificación de origen se implementa conforme a lo dispuesto por las Partes Contratantes de un acuerdo comercial. En este contexto ProChile en su calidad de autoridad gubernamental competente, certifica y verifica el origen en el marco de los siguientes convenios: Tratado de Libre Comercio entre Chile y China, Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, Acuerdo de Asociación Económica con el Reino Unido, y el Acuerdo de Libre Comercio con los países del EFTA (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein).

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

La función de certificación de origen se realiza a nivel nacional, en donde intervienen funcionarios de ProChile. Por el sector privado intervienen funcionarios de las oficinas de la SOFOFA y UCCO ubicadas en las principales ciudades del país.

Para efectos presupuestarios, solo se contemplan los acuerdos vigentes con la Unión Europea, Reino Unido, con China y con los países del EFTA. Este programa es autofinanciado a través de la venta de certificados, cuyos recursos financian en un 90% el servicio de verificación y precertificación de origen que se paga a las entidades del sector privado mencionadas, y el 10% restante financia gastos generados

al interior de la Institución para administrar dicho programa.

Durante el año 2021 se recaudaron recursos por la venta de certificados, producto de la certificación de origen por un total de \$M 1.058.680. A nivel de acuerdos se emitieron 38.033 certificados para la Unión Europea, 8.696 para el Reino Unido, 55.074 para China y 573 para EFTA, es decir, un total de 102.376 certificados.

Se debe tener presente que el certificado de origen tiene por objeto acreditar el cumplimiento de los regímenes de origen establecidos en los tratados comerciales para nuestros productos de exportación, a fin de que los importadores de productos de origen chileno puedan acceder a preferencias arancelarias en destino, otorgándole competitividad a la oferta exportable nacional.

5. COMPROMISOS Y CONTROL DE GESTIÓN

Durante 2021 los 5 Compromisos Ministeriales de ProChile fueron:

1. Desarrollar actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los Estados de la Alianza del Pacífico.
2. Evaluar un rediseño de la política de promoción de exportaciones e inversiones, incluyendo la transformación de la Direcon en la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, de la cual dependerán ProChile e InvestChile.
3. Potenciar el trabajo desde regiones para incorporar elementos regionales estratégicos en la promoción de exportaciones.

4. Priorizar programas y actividades de promoción con foco en los servicios y desarrollar programas enfocados en las Pymes exportadoras. · Convenio de Desempeño Institucional (CDI) 100%
5. Rediseñar ProChile 3.0 como promotor de exportaciones, inversiones e imagen país.

6. CONVENIOS DE COLABORACIÓN

ProChile firmó diversos convenios con ministerios, organismos y empresas con el objetivo de continuar fortaleciendo las líneas de acción institucionales. Para ello, en el 2021 formalizó y modificó los convenios de colaboración que se listan a continuación:

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

- Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG) 100%
- Convenio de Desempeño Colectivo (CDC) 100%

Entidad / Organización	Convenio
Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera - InvestChile	Convenio de transferencia de recursos celebrado entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera
CONADI	Modificación de Convenio de transferencia de recursos entre Conadi y ProChile (2020-2021)
Agencias Universales S.A.	Convenio de colaboración entre Agencias Universales S.A. y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Ministerio de Defensa Nacional	Convenio marco de colaboración entre el Ministerio de Defensa Nacional y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Corporación Alta Ley	Acuerdo de colaboración entre Corporación Alta Ley y ProChile
Subsecretaría de Agricultura	Convenio de transferencia de fondos año 2021 entre la Subsecretaría de Agricultura y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Gobierno Regional del Maule	Convenio de Transferencia de Recursos entre el Gobierno Regional del Maule y ProChile
Megacenter US LLC.	Convenio de Colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Megacenter US LLC.
Corporación Ruta N	Memorando de entendimiento suscrito entre Corporación Ruta N y ProChile
Fundación Imagen de Chile	Convenio entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Fundación Imagen de Chile

Tenpo SPA	Convenio de colaboración entre Tenpo SPA y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Samer & Co. Shipping S.P.A.	Convenio de colaboración entre Samer & Co. Shipping S.P.A y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Subsecretaría de Energía	Convenio de cooperación y transferencia de recursos entre la Subsecretaría de Energía y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Subsecretaría de Minería	Acuerdo de colaboración y transferencia de recursos celebrado entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Subsecretaría de Minería
WTDC Foreign Trade Zone y Mercomex S.A.	Convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y WTDC Foreign Trade Zone y Mercomex S.A.
Gobierno Regional del Biobío	Modificación de Convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional del Biobío y ProChile
DHL Express (Chile) Ltda.	Modificación de Convenio de colaboración entre DHL Express (Chile) Ltda. y ProChile
Secretaría General y Administración General del Ministerio de Hacienda	Convenio de transferencias de recursos entre la Secretaría General y Administración General del Ministerio de Hacienda y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
ProColombia	Memorando de Entendimiento suscrito entre ProColombia y ProChile
Terraba Inc.	Convenio de colaboración entre Terraba Inc. y ProChile
Instituto de Tecnología de Georgia (Georgia Tech)	Convenio de colaboración entre la Junta de Regentes del Sistema Universitario de Georgia, en nombre del Instituto de Tecnología de Georgia (Georgia Tech) y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
LAP Chile SPA	Convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y LAP Chile SPA
Global Cargo Panamá	Convenio de colaboración entre Global Cargo Panamá y ProChile
Corfo	Convenio de colaboración y transferencia de recursos entre Corfo y ProChile, programa "Go Global"
Gobierno Regional de Los Ríos	Prórroga de Convenio de transferencia de recursos celebrado entre el Gobierno Regional De Los Ríos y ProChile
RTS International, Inc.	Convenio de colaboración entre ProChile y RTS International, Inc.

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	Modificación del acuerdo de cooperación suscrito entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Corporación de Beneficencia Pública Sistema B	Convenio de colaboración entre Corporación de Beneficencia Pública Sistema B y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR	Convenio de colaboración entre Servicio Nacional de Turismo y ProChile
Corporación Emprende tu Mente	Acuerdo de cooperación entre ProChile y Corporación Emprende tu Mente
The Cannon Workspace, LLC	Convenio de colaboración entre ProChile y The Cannon Workspace, LLC
Conadi Región Arica y Parinacota	Convenio de ejecución de actividades y transferencia de recursos y sus anexos entre ProChile y Conadi Región Arica y Parinacota
Corfo	Convenio de colaboración entre Corporación de Fomento de la Producción y Dirección General de Promoción de Exportaciones
Asoex	Convenio de cooperación y transferencia de recursos entre ProChile y Asoex Convenio de cooperación entre ProChile y ASOEX
Conadi Región Arica y Parinacota	Rectifica Resolución Exenta N°1405/2021, de 30 de julio 2021 que Convenio de ejecución de actividades y transferencia de recursos y sus anexos entre ProChile y Conadi Región de Arica y Parinacota
Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género	Regulariza aprobación de Convenio de colaboración entre ProChile y Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género.
Coltrans S.A.S.	Memorándum de Cooperación entre ProChile y Coltrans S.A.S.
Centro Nacional de Sistemas de Información en Salud	Convenio de colaboración entre ProChile y Centro Nacional de Sistemas de Información en Salud
Alibaba.com Singapore E-Commerce Private Limited	Memorando de Entendimiento entre ProChile y Alibaba.com Singapore E-Commerce Private Limited
Corporación Nacional del Cobre de Chile - CODELCO	Convenio de colaboración celebrado entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Corporación Nacional del Cobre de Chile, en el marco de la participación en la EXPO 2020 DUBAI
Blink Technologies Fzco.	Memorando de Entendimiento entre ProChile y Blink Technologies Fzco.
Gobierno Regional del Biobío	Modificación de Convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional del Biobío y ProChile

Air France - KLM	Contrato de incentivo corporativo entre Air France - KLM y ProChile
Gobierno Regional de Coquimbo	Convenio de transferencia de capital entre ProChile y Gobierno Regional de Coquimbo
Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales	Convenio de intercambio de información entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales
Scharff Logística Integrada S.A.	Memorándum de Cooperación entre ProChile y Scharff Logística Integrada S.A.
Casa de Moneda S.A.	Convenio de colaboración celebrado entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Casa de Moneda S.A.
Fundación Imagen de Chile	Modificación Convenio entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Fundación Imagen de Chile
Baden Württemberg International (BW_I)	Memorando de entendimiento entre ProChile y Baden Württemberg International (BW_I)
Gobierno Regional Región Metropolitana	Modificación de Convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional Región Metropolitana y ProChile
Gobierno Regional de Antofagasta	Modificación de Convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional de Antofagasta y ProChile
Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género	Modificación Convenio de colaboración con Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género
INVESTCHILE y CORFO	Acuerdo marco de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones, la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera y la Corporación de Fomento de la Producción para el apoyo a Gobiernos Regionales en la atracción de Inversión Extranjera
Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, y CORFO	Memorando de entendimiento entre Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y la Dirección General de Promoción de Exportaciones (ProChile)
Gobierno Regional de Atacama	Convenio de transferencia de capital entre el Gobierno Regional de Atacama y ProChile
Secretaría y Administración General del Ministerio de Hacienda	Modificación de Convenio de transferencia de recursos entre la Secretaría y Administración General del Ministerio de Hacienda y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Empresa de Correos de Chile	Convenio de colaboración entre Empresa de Correos de Chile y ProChile



IV. DESAFÍOS Y METAS INSTITUCIONALES 2022



Basada en la estrategia definida en 2018 para el trabajo institucional en el mediano y largo plazo, se han definido 4 puntos de trabajo en 2022 donde se pondrá énfasis en:

REGIÓN Y PYMES

En 2022 buscaremos articular un Plan de Internacionalización por región, que nos permita trabajar más de la mano con los Gobiernos Regionales, para transformar a ProChile en un actor relevante en el ecosistema regional. Este trabajo mancomunado nos permitirá complementar la estrategia institucional e identificar nueva oferta exportable. Hay muchas regiones que cuentan con oferta con valor agregado e innovadora que es necesario identificar y segmentar para buscar las herramientas apropiadas para su internacionalización.

Este plan incluye no solo identificar la oferta de valor regional, sino también posibles áreas en las que se requiera invertir para potenciar las exportaciones regionales, por lo que el trabajo con diferentes entes públicos y privados cobra gran relevancia.

Las diferentes acciones por desarrollar buscan acelerar el proceso de internacionalización, no sólo de la nueva oferta identificada, sino de todas las empresas regionales y su territorio, pero enfocándonos siempre en empresas con real potencial exportador, que nos permitan lograr el resultado esperado de contar con un mayor número de empresas exportadoras.

AUMENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES

La diversificación de mercados y productos es clave para el crecimiento de nuestros beneficiarios, los que registran mejor desempeño exportador que los no beneficiarios.

Nos enfocaremos en servicios que permitan a las empresas exportadoras mantener y diversificar sus exportaciones por medio de las estrategias macrosectoriales, las cuales para el año 2022 priorizaron sectores relevantes, mercados estratégicos (volumen y oportunidad) y actividades de promoción internacional, considerando las necesidades y cambios observados por parte de las empresas nacionales a la hora de exportar.

Actualmente, ProChile dispone de una amplia red de contactos con facilitadores del comercio en los distintos eslabones del proceso exportador y de internacionalización, ventajas que permiten que las empresas beneficiarias de ProChile lleguen a nuevos mercados, a través de descuentos en servicios logísticos, plataformas de comercio electrónico, servicios financieros, certificaciones y capacitaciones.

Adicionalmente, trabajaremos en mejorar las herramientas tradicionales que ofrecemos, procuraremos identificar nuevos compradores para nuestra oferta exportable, así como mejorar progresivamente el match entre las partes, para generar más y mejores resultados a las empresas participantes, en cuanto al aumento de exportaciones y diversificación de mercados. También es necesario realizar una mayor segmentación de las empresas para ofrecer servicios más específicos y a la medida de nuestros beneficiarios, así como también fortalecer el trabajo realizado en e-Commerce para que más empresas puedan participar del comercio internacional.

Finalmente, tener una estrategia centralizada para Exportaciones, Inversiones e Imagen País. Impulsaremos una estrategia para identificar potenciales inversionistas que faciliten las exportaciones de las empresas chilenas, así como también buscamos insertarnos en las cadenas internacionales de suministros. Por otro lado,

continuaremos apoyando el trabajo de las marcas sectoriales en la construcción de la Imagen País, pero también este trabajo será impulsado a través de diferentes campañas de marketing y comunicaciones, que buscan reforzar el posicionamiento de Chile, su oferta exportable y atributos diferenciadores.

PROCHILE DIGITAL

ProChile ha definido que la Transformación Digital es uno de sus principales énfasis de trabajo. Durante el 2020 y 2021 se impulsaron cerca de 14 proyectos digitales que debemos seguir potenciando. Por tal motivo continuaremos trabajando para que las herramientas que hoy desarrollamos estén dentro de nuestra cultura organizacional, así como también en los servicios que ofrecemos a las empresas con las que trabajamos. En esto las capacitaciones juegan un rol fundamental. El proceso de Transformación Digital nos permite contar con más y mejor información que nos ayuda a tomar decisiones y adoptar mejoras en los servicios para nuestros beneficiarios.

Las iniciativas que están en desarrollo durante el 2022 son:

Proyecto CRM 365, que tiene como objetivo mejorar la capacidad de conectar la oferta y demanda, a través de una visión integrada, con una base única de clientes e incorporando procesos de atención con foco en la experiencia de nuestros beneficiarios, fortaleciendo nuestra inteligencia comercial y medición de impacto para la toma de decisiones en tiempo real. Es importante destacar, que este gran proyecto, dada su gran envergadura, se encuentra subdividido en siete subproyectos, abarcando ámbitos estratégicos y operacionales, vinculados entre sí, con el objetivo de generar un ambiente único para el usuario.

Proyecto ERP, el cual consiste en dotar a ProChile de

una plataforma que permita abordar la planificación, administración, control y gestión de todos los procesos administrativos (presupuestario, contable, adquisiciones, RR.HH., entre otros.), a través de un sistema totalmente integrado. Esta iniciativa cuenta con un “Sistema Integrado de Manejo Administrativo en ProChile” que además considera la compatibilidad, conectividad y/u homologación con el SIGFE (Sistema para la Gestión Financiera del Estado) y los sistemas de gestión del negocio de ProChile.

A continuación, presentamos cinco conceptos claves que permitirán rentabilizar los recursos utilizados en la Transformación Digital de ProChile:

- Generar permanentemente y en forma fácil, rápida y completa, información de métricas de comportamiento de las distintas herramientas Transformación Digital en operación tanto principalmente, para los usuarios exportadores de ProChile, pero también para los usuarios internos.
- Con la información indicada se podrá realizar análisis de comportamientos, tendencias, requerimientos y necesidades de los exportadores, lo cual permitirá mejorar permanentemente los servicios de ProChile para adaptarlos a lo que los usuarios demandan de la institución.
- Sumado a lo anterior está la vinculación o integración automática entre las distintas iniciativas Transformación Digital, lo que permitirá, entre otras cosas, la eliminación o minimización de tareas manuales con los consiguientes beneficios de disminución de errores, mayor rapidez, mayor consistencia y coherencia de la información de los distintos sistemas y fuentes de datos, etc. Además, esto les liberará tiempo de trabajo operativo y repetitivo a los profesionales y ejecutivos de ProChile que redundará en mayor dedicación a labores más estratégicas.

- El cuarto concepto, transversal, a todo el proceso de Transformación Digital de ProChile, es la permanente evaluación de las métricas obtenidas en las diferentes iniciativas, permitiendo generar mejoras continuas o evolutivos, considerando las necesidades provenientes de nuestros usuarios (internos y externos) con el objetivo de mantener actualizadas, bajo el concepto de mejora continua basadas en métricas, nuestras diferentes iniciativas.
- Por último, la necesidad permanente de fortalecer la comunicación, difusión y capacitación en las diferentes iniciativas implementadas durante el proceso de Transformación Digital. Esta estrategia, estará dirigida tanto a usuarios internos como externos, buscando intensificar el uso de las diferentes herramientas digitales de ProChile, permitiendo desarrollar ventajas competitivas en nuestras empresas exportadoras y/o potenciales exportadores. Este concepto será priorizado, definiendo capacitaciones de carácter obligatorio para el equipo de ProChile, donde podrán visualizar en forma directa los beneficios que tendrá para los usuarios la utilización de las herramientas y sistemas digitales.

DESARROLLO DE FOCOS ESTRATÉGICOS TRANSVERSALES

ProChile apuesta al desarrollo de temáticas transversales, observando y analizando los nuevos retos sociales, comerciales y ambientales que estamos viviendo como sociedad, intentando entregar soluciones desde la reflexión y el compromiso de nuestra misión institucional. Es por esto, que se crearon nuevos departamentos los cuales abordan las principales áreas de nuestra gestión, tales como Sostenibilidad, Innovación, Género, Pueblos Originarios, Cadenas Globales de Valor, e-Commerce y el aporte a la Imagen País.

Ser más competitivos a nivel internacional es una de nuestras preocupaciones, es por esto que estamos trabajando en impulsar la Innovación y el Valor Agregado de nuestras empresas beneficiarias, como también en implementar una Política de Sostenibilidad que no solo permite sumar a ProChile a la acción climática global, sino también incorporar elementos de inclusión, como es el trabajo con empresas lideradas por Mujeres y Pueblos Originarios.

Finalmente buscamos, fortalecer el posicionamiento de la imagen de Chile, atraer inversión, insertarnos en las Cadenas Globales de Valor (CGV) y participar activamente en la implementación de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde por medio de la gestión comercial de nuestras Oficinas Comerciales y Regionales.

METAS 2022

ProChile tiene la convicción de estar potenciando la oferta de bienes y servicios al mundo, a través de su red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas con las empresas de nuestro país. Es por ello que cada año se plantean metas institucionales más ambiciosas en beneficio del desarrollo de internacionalización de dichas empresas.

Para el año 2022 deseamos continuar creciendo y apoyando a nuestros beneficiarios. Considerando los positivos resultados obtenidos durante los años 2018-2021, a pesar de los grandes desafíos que hemos tenido como sociedad y el crecimiento económico esperado para el 2022.

Se seguirá trabajando en el establecimiento KPIs institucionales y cumplimiento de metas por parte de nuestras Oficinas Comerciales y Regionales creando y mejorando indicadores de gestión para cada una de las áreas, en concordancia con los nuevos desafíos propuestos.

Destaca para este 2022, la construcción progresiva de un plan de medición con cada uno de los diferentes focos estratégicos transversales de la Institución. De esta manera podremos medir los resultados del esfuerzo institucional, y los avances concretos de las empresas apoyadas, individualizando el trabajo

de las contrapartes aliadas que trabajan con estas unidades transversales, a fin de medir sus propios logros.

En términos numéricos las metas de ProChile de cara al año 2022 son:

- BENEFICIARIOS EXPORTADORES: 2.700 empresas
- BENEFICIARIOS PYMEX: 1.200 empresas
- MONTOS EXPORTADOS POR BENEFICIARIOS (FOB US\$MM): 32.000
- EMPLEO GENERADO POR LOS BENEFICIARIOS: 600.000 puestos de trabajo

ProChile es un servicio público autónomo desde que se modernizó la Cancillería en 2019. Es decir, los programas, departamentos creados, la transformación digital implementada tienen como único fin apoyar las exportaciones, a nuestras Pymes, al talento humano y ayudarlos a llevar sus productos o servicios a cualquier rincón del mundo.

El esfuerzo destinado por cada miembro de ProChile durante estos últimos años apunta justamente a eso. Los resultados y las medidas adoptadas y descritas en este documento dan cuenta de que esta es una institución pública con resultados concretos, donde la digitalización de los procesos les ha entregado herramientas a nuestros beneficiarios para una mejor toma de decisiones.



Cuenta 
Pública
Participativa 2022


ProChile