



**INFORME FINAL**

JULIO 2024

<b>PRESENTACIÓN DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE</b>	<b>05</b>
<b>1 - LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES</b>	<b>06</b>
PYMES	<b>08</b>
DIVERSIFICACIÓN	<b>09</b>
PROVEEDORES DE SOLUCIONES GLOBALES	<b>10</b>
<b>2 - PLAN DE ACCIÓN Y RESULTADOS 2023</b>	<b>12</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>13</b>
<b>1.SECTORIALES</b>	<b>13</b>
AGROALIMENTOS	<b>13</b>
INDUSTRIAS 4.0	<b>15</b>
SERVICIOS Y TURISMO	<b>18</b>
ECONOMÍA CREATIVA	<b>20</b>
<b>2. TRANSVERSALES</b>	<b>21</b>
SOSTENIBILIDAD	<b>21</b>
GÉNERO	<b>22</b>
PUEBLOS ORIGINARIOS	<b>23</b>
INNOVACIÓN	<b>24</b>
GESTIÓN REGIONAL	<b>25</b>
<b>3. ACCIONES DE PROMOCIÓN</b>	<b>27</b>
ENCUENTROS DE NEGOCIOS	<b>27</b>
ENEXPRO	<b>31</b>
FERIAS INTERNACIONALES	<b>32</b>
CONCURSOS	<b>33</b>
PROCHILE A TU MEDIDA	<b>33</b>
MARCAS SECTORIALES	<b>34</b>
IMAGEN DE CHILE	<b>34</b>
CAMPAÑAS DIGITALES	<b>34</b>

UNBOXING	34
ECOMMERCE	35
ATRACCIÓN DE INVERSIONES	36
CONVENIOS PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO	36
PARTICIPACIÓN EN JUEGOS PANAMERICANOS Y PARAPANAMERICANOS SANTIAGO 2023	37
<b>4. INFORMACIÓN COMERCIAL</b>	<b>38</b>
CENTRO DIGITAL DEL CONOCIMIENTO	38
<b>5. CAPACITACIÓN</b>	<b>38</b>
CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN	38
<b>6. CERTIFICACIÓN DE ORIGEN</b>	<b>39</b>
<b>7. MEJORA CONTINUA</b>	<b>40</b>
ATENCIÓN USUARIA	40
PROCHILE DIGITAL	40
<b>8. RESULTADOS</b>	<b>42</b>
<b>3 - INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>	<b>43</b>
MISIÓN	43
VISIÓN	43
ESTRATEGIA INSTITUCIONAL	43
EQUIPO	43
CERTIFICACIONES Y PROGRAMAS	44
GESTIÓN DE RIESGOS Y DESASTRES Y EMERGENCIAS	44
PROGRAMA DE SEGURIDAD LABORAL	44
RESULTADOS DE METAS DE GESTIÓN 2023	44
SOSTENIBILIDAD	45
PRESUPUESTO INSTITUCIONAL	46
CONVENIOS CELEBRADOS CON OTRAS INSTITUCIONES	50

<b>4 - INTERACCIÓN CON LA CIUDADANIA</b>	<b>51</b>
REDES SOCIALES	<b>51</b>
GESTIÓN DE MEDIOS	<b>51</b>
SITIO WEB	<b>51</b>
SISTEMA DE ATENCIÓN DE USUARIOS	<b>51</b>
SISTEMA DE ATENCIÓN CIUDADANA	<b>52</b>
LEY DE TRANSPARENCIA	<b>52</b>
LEY LOBBY	<b>52</b>
PARTICIPACIÓN CIUDADANA	<b>52</b>
<b>5 - ESTRATEGIA 2024</b>	<b>53</b>
PILARES DE TRABAJO	<b>53</b>
ACTIVIDADES PRINCIPALES DE PROMOCIÓN 2024	<b>54</b>
EXPO OSAKA	<b>54</b>
PRINCIPALES ACCIONES MEJORAMIENTO GESTIÓN INTERNA	<b>55</b>
<b>6 - ANEXO: PREGUNTAS Y COMENTARIOS DE LA SOCIEDAD CIVIL</b>	<b>56</b>
I. PLANTEAMIENTOS DEL COSOC DE PROCHILE	<b>56</b>
II. COMENTARIOS Y CONSULTAS CIUDADANAS RECIBIDA MEDIANTE FORMULARIO VIRTUAL.	<b>60</b>

# PRESENTACIÓN DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE

En nombre de ProChile, tengo el agrado de presentar en las páginas siguientes un resumen de la gestión institucional 2023, de acuerdo a lo establecido en la Ley 20.500 sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública.

Junto con abordar las acciones, herramientas, programas y logros del último año incluidos en este documento, es necesario recordar que en 2024 ProChile cumple 50 años al servicio de la promoción internacional de los bienes y servicios de las empresas chilenas.

A lo largo de estas cinco décadas, y especialmente a partir de 1990, de la mano de la amplia red de acuerdos comerciales suscritos por Chile, la institución se fortaleció para trabajar incansablemente para promover la calidad y la diversidad de los productos chilenos en el mundo, abriendo oportunidades en nuevos mercados y fortaleciendo la presencia del país en los ya existentes.

El impacto en las exportaciones chilenas se refleja en cifras concretas. Hace 50 años, Chile exportaba US\$ 2 mil millones. El 85% de esos envíos eran cobre y otros minerales, y sólo un 2,5% correspondía a productos del sector agrícola, silvícola y pesca, es decir unos 538 mil dólares. En 2023 exportamos más de US\$ 90 mil millones, donde 46% correspondió a bienes no cobre y no litio.

Chile ha ampliado y enriquecido su matriz productiva, diversificando no solo los bienes y servicios que exporta, sino también los mercados a los cuales se accede. Actualmente, exportamos más de 4.000 bienes y servicios al mundo. Por ejemplo, en 2023 exportamos alrededor de US\$ 19 mil millones en alimentos (23% de nuestras exportaciones), a unos 178 mercados; manufacturas por unos US\$ 8 mil millones y servicios por cerca de US\$ 1.800 millones.

En estas 5 décadas el valor de las exportaciones no cobre de Chile se ha multiplicado 95,8 veces, lo que da cuenta de un trabajo coordinado entre el sector público y privado, y el impacto que han tenido los acuerdos comerciales en las condiciones de acceso a los mercados mundiales, que le han entregado al país mejores posibilidades para ofrecer sus productos y servicios al mundo.

Por eso, los 50 años de ProChile son un motivo de celebración y reconocimiento a su labor incansable en pro del desarrollo económico de Chile. Sin embargo, también constituye un llamado a seguir trabajando con el mismo

compromiso y dedicación, para enfrentar los desafíos que el futuro nos depara y seguir posicionando a Chile como un actor relevante en el escenario internacional.

En relación a la gestión 2023, pusimos especial énfasis en el cumplimiento de nuestros objetivos institucionales, vale decir, contribuir a la internacionalización de las empresas exportadoras, con especial preocupación en las pymes, fomentar la diversificación de mercados de destino con énfasis en Latinoamérica y mejorar el desempeño institucional a través de diversos procedimientos y protocolos, para entregar un mejor servicio a las empresas usuarias.

Por otro lado, estimamos que la digitalización y la incorporación de tecnologías avanzadas en los procesos productivos están contribuyendo a mejorar la competitividad de las empresas chilenas en los mercados internacionales. La innovación y la sostenibilidad, así como la inclusión, muy presentes hoy en la gestión de ProChile, son cada vez más valoradas por los consumidores y empresas en el mundo, aspectos en los que Chile puede destacar y seguir fortaleciendo su posición como proveedor confiable y de calidad.

El detalle de nuestra labor 2023 es resultado del esfuerzo de un gran equipo de colaboradores y colaboradoras distribuidos/as en todas las regiones, en nuestra sede central y la red de más de 50 oficinas comerciales de Chile. Fruto también de un trabajo conjunto con distintos ministerios y organismos públicos relacionados con el comercio exterior de Chile, gobiernos regionales, además con gremios y empresas exportadoras chilenas.

Nuestro desafío es seguir potenciando el dinamismo exportador de Chile, para lo cual ProChile debe continuar jugando un rol activo en la promoción y facilitación de las exportaciones chilenas, apoyando a las empresas en su proceso de internacionalización y promoviendo una cultura exportadora en el país.



**IGNACIO FERNÁNDEZ RUIZ**  
DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE

1

# LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES 2023

# LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES 2023

Los lineamientos institucionales de ProChile han sido contruidos en base a los ejes de gobierno, las directrices ministeriales y énfasis de trabajo de SUBREI.

Dado lo anterior ProChile durante 2023, rediseñó su estrategia basada en 3 objetivos estratégicos y 3 lineamientos institucionales para su gestión:

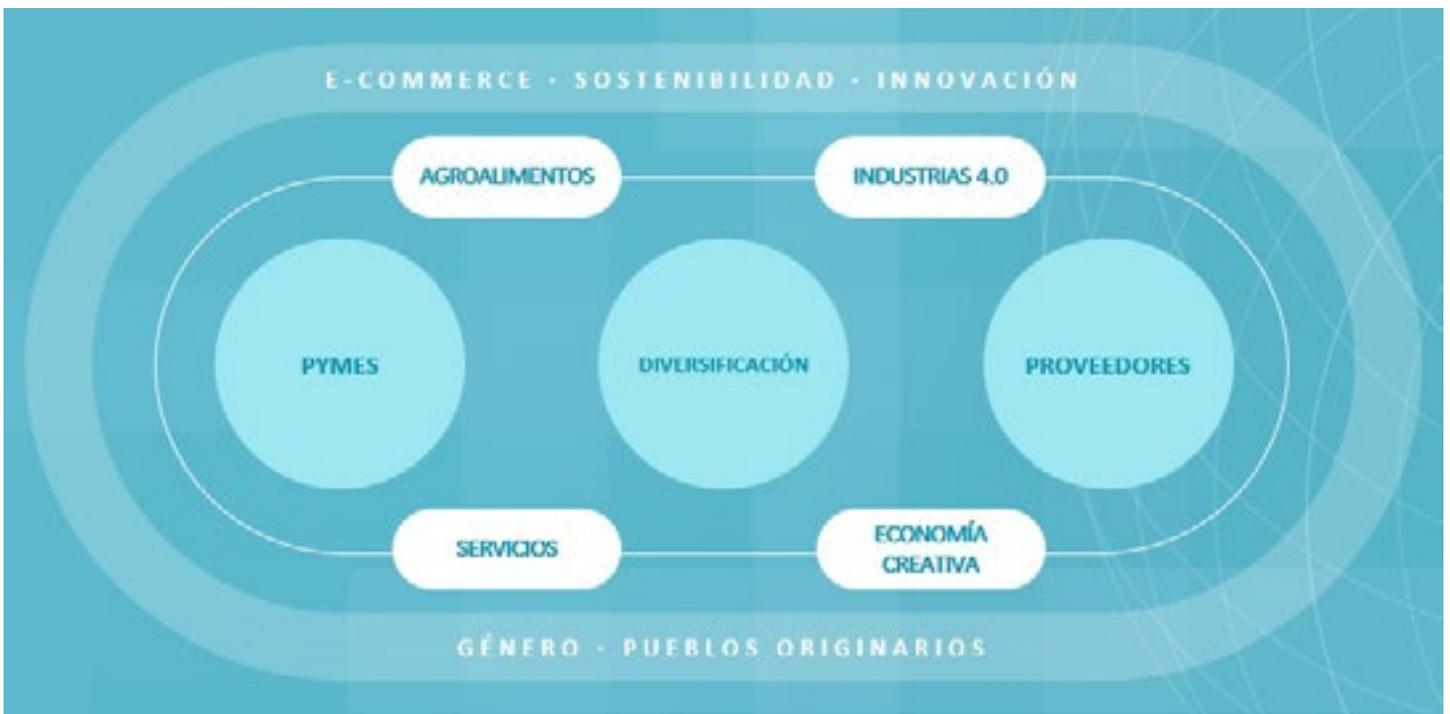
### Objetivos Estratégicos:

- Contribuir a la internacionalización de las empresas exportadoras nacionales, con especial énfasis en Pymes exportadoras, a través de acciones, herramientas y programas de promoción comercial internacional que permitan la permanencia

exportadora de las empresas, así como el ingreso a la actividad exportadora.

- Fomentar la diversificación de los mercados de destino de las empresas exportadoras nacionales, con énfasis en Latinoamérica, a través de herramientas y programas de promoción comercial internacional.
- Mejorar el desempeño institucional a través de la implementación de procedimientos y protocolos, enfocados en aumentar la satisfacción de los usuarios, incorporando un enfoque de mejoramiento continuo en los servicios ofrecidos.

### Lineamientos Institucionales:



## • Pymes

Hemos centrado nuestro esfuerzo en estas empresas para que exporten en mayor volumen y valor y para que aquellas que aún no exportan lo hagan. En ProChile reconocemos el valor y el potencial de las Pymes y estamos comprometidos en apoyarlas en su proceso de internacionalización.

Este segmento aportó en 2023 con el 3,6% del valor total exportado por el país, pero representa el 42,6% de las empresas exportadoras y aporta con 52.562 empleos.

ProChile durante el 2023 trabajó con 2.345 empresas Pyme, de las cuales 1.405 son pequeñas y 940 medianas, y de este total 1.193 son no exportadoras. Para este segmento de empresas la Institución cumple un rol relevante como aliado estratégico, especialmente

para aquellas empresas que no exportan y deseen dar sus primeros pasos en la internacionalización, brindando servicios de asesoría, capacitación, acceso a información y herramientas de promoción, que son clave para el éxito en los mercados internacionales.

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

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

Región	Total Usuarios Exportadores 2023	Usuarios Pymex 2023	% Usuarios Pymex del total de Usuarios Exportadores 2023
III Región Atacama	42	21	50%
V Región Valparaíso	238	119	50%
IV Región Coquimbo	127	61	48%
II Región Antofagasta	74	34	46%
VII Región Maule	216	99	46%
VI Región O'Higgins	152	69	45%
Región Metropolitana	1177	531	45%
XV Región Arica y Parinacota	59	25	42%
VIII Región Biobío	133	53	40%
IX Región Araucanía	63	25	40%
XVI Región de Ñuble	75	28	37%
X Región Los Lagos	119	44	37%
I Región Tarapacá	41	15	37%

Región	Total Usuarios Exportadores 2023	Usuarios Pymex 2023	% Usuarios Pymex del total de Usuarios Exportadores 2023
XI Región Aysén	15	5	33%
XII Región Magallanes	44	13	30%
XIV Región Los Ríos	34	10	29%

## Diversificación

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

De acuerdo a cifras entregadas por el Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de ProChile con data del Servicio Nacional de Aduanas y Servicio de Impuestos Internos (SII), aproximadamente un 68,7% de las empresas exportadoras destinó sus envíos a Latinoamérica en el año 2022, en el caso de las Pymes, alcanzaron un 40,4%; sin embargo, en términos generales, estos envíos solo representan el 4% del monto exportado por el país.

Adicional a esto, durante el año 2022 aproximadamente el 40% de las exportaciones de Servicios y de Manufactura tienen como destino principal Latinoamérica, y la mayoría de las empresas de estos sectores son Pymes.

Además, por razones culturales, idiomáticas y de cercanía geográfica, muchas pequeñas y medianas empresas miran hacia esta zona geográfica para realizar sus primeras exportaciones. Estamos trabajando para que Latinoamérica se consolide como un destino relevante en la diversificación de los envíos del país, con exportaciones de bienes y servicios que involucren desarrollo de innovación, tecnología, talento y aportando a la construcción de la imagen país en el exterior. Esto no ha significado dejar de lado zonas que

son destinos claves para nuestra oferta exportable, como Asia (China e India), Europa y Norteamérica.

Asia y América del Norte tienen gran relevancia para las exportaciones chilenas, por lo que buscamos aprovechar las oportunidades en estos mercados, especialmente para sectores como manufactura, servicios y alimentos, mientras que Europa se destaca como un destino crucial para la innovación.

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

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

En el cuadro comparativo entre las empresas usuarias de ProChile y las empresas que aún no trabajan con nosotros, se observa que se obtienen mejores resultados al tener a ProChile como un aliado estratégico, mejorando considerablemente los mercados y/o productos promedio exportados.

Desempeño Exportador	Usuarios ProChile	No Usuarios ProChile
Mercados Promedio	7	2
Productos Promedio	6	5

## • Proveedores de soluciones Globales

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En diciembre del 2023 se realizó el Seminario de Lanzamiento del “Programa Soluciones Globales, empresas chilenas proveedoras para las industrias del mundo”, donde se presentaron tendencias y oportunidades de negocios para la exportación de bienes y servicios en cada una de las verticales sectoriales del programa, a través de destacados expositores de Perú, Brasil y Chile, relevando la importancia de este segmento de empresas en la cadena de valor, dado su aporte con

soluciones de eficiencia, innovación, productividad y seguridad.

En las conclusiones del evento se resaltó la importancia de trabajar en modo colaborativo, generando alianzas necesarias para aumentar las capacidades productivas, en las grandes industrias de modo transversal, además de la relevancia de los encadenamientos productivos que desarrollan a la red de empresas proveedoras locales. En dicha instancia, igualmente, se mostró la programación 2024 para el programa, donde destaca la realización recientemente del encuentro de negocios Enexpro Soluciones Globales.

Después del seminario se programó la realización de Talleres Sectoriales virtuales, instancia donde se capacitaron más de 100 empresarias y empresarios de los sectores abordados, para dar a conocer la estrategia institucional y acciones vinculadas al trabajo con empresas proveedoras de bienes y servicios de los grandes sectores exportadores nacionales.

2

# PLAN DE ACCIÓN Y RESULTADOS 2023

# PLAN DE ACCIÓN Y RESULTADOS 2023

## Plan de Acción

La red de oficinas de ProChile, compuesta por 16 regionales y 54 alrededor del mundo destinó todo su quehacer a ejecutar el plan de acción dispuesto, el cual fue organizado por eje: sectorial y transversal. A continuación, se detalla cada uno:

### 1. Sectoriales

#### Agroalimentos

Este macrosector es uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional por su aporte al PIB, que se estima alrededor del 4,7%, generando alrededor de 370.000 empleos directos. La exportación del sector alcanzó en 2023 US\$ 21.393 millones, concentrando el 49,19% del valor total de envíos de bienes no cobre, con alrededor de 1.031 productos a 127 mercados diferentes.

Agroalimentos aportó en 2023 el 52,8% (3.136) de los usuarios de ProChile. De éstos, un 44% fueron empresas exportadoras (1.639), mientras que un 56% fueron empresas no exportadoras (1.497). Los cinco principales mercados de destino fueron Estados Unidos, China, Japón, Brasil y México, por un monto total de US\$ 13.066 millones.

Estos resultados están basados en la estrategia de internacionalización del macrosector, en la que destacan como principales hitos las siguientes actividades de promoción sectorial como:

**Sector Apícola:** En el año 2023 se realizó por primera vez en Chile, APIMONDIA 2023, principal evento internacional del sector, organizado por Red Apícola Nacional con el apoyo de ProChile y del Ministerio de Agricultura. Se contó con la participación en la ApiExpo

con un pabellón para mostrar la oferta de productos y servicios de la colmena chilena al mercado nacional e internacional, realizando adicionalmente un evento de networking, visitas a terreno y una rueda de negocios. El evento obtuvo los siguientes resultados:

Empresas chilenas participantes	30 (de mieles y material vivo)
Compradores internacionales	10
Mercados participantes	Alemania, Francia, Reino Unido, Emiratos Árabes, Japón, entre otros.
Reuniones realizadas	más de 80

Por otro lado, ProChile trabajó en la creación de un Programa Piloto de Branding Sectorial para la miel, a través de la construcción de una propuesta de valor y posicionamiento tendiente a fortalecer la promoción internacional de la miel chilena en los diferentes mercados del mundo, bajo el paraguas de la marca Chile. De esta forma, se concordó una propuesta bajo el alero de la Subcomisión de Calidad y Mercado, de la Comisión Nacional de Apicultura, en un trabajo colaborativo entre ProChile, Ministerio de Agricultura, gremios, productores y productoras de miel, generando un relato y kit promocional.

**Sector Vinos:** al cierre del año 2023, el sector tuvo una baja del 20% de sus exportaciones globales, el peor escenario en la última década, lo cual se explica por variados factores del comercio internacional. Tras la pandemia el escenario internacional ha continuado muy inestable, economías desaceleradas, alza de tasas de interés e inflación y el sobrestock de los mercados compradores tradicionales de Chile, traen consigo una disminución importante de las exportaciones de vino

en todas sus categorías. Por lo que, el esfuerzo para apoyar al sector, además de las acciones habituales desde ProChile, se han focalizado en los llamados vinos de nicho, que corresponden a aquellas producciones que rescatan el patrimonio vitivinícola nacional, incorporando atributos de sostenibilidad y trabajo con las comunidades, buscando posicionar aquellas producciones que presenten un mayor precio por botella y nos diferencien de la competencia.

En 2023, destacan las siguientes acciones: junto a la Subsecretaría de Agricultura, se lanzó un Concurso Express Vinos embotellados de Nicho para las regiones de Ñuble, Biobío, Araucanía, dirigido a viñas afectadas por los incendios forestales de esa temporada veraniega, para facilitar la exportación de sus productos a nuevos mercados y ampliar la base de clientes en países donde ya tienen presencia.

Las adjudicadas fueron viñas exportadoras, 10 pertenecientes al valle del Itata, Región del Ñuble, 1 de la Araucanía y 14 de la Región del Biobío. Por la naturaleza del concurso, y la diversidad de proyectos y mercados, los resultados fueron disímiles: se estrecharon lazos con importadores, se hicieron misiones de prospección, se abrieron posibilidades en otros y se hicieron actividades con público final. Se espera ver los resultados finales en cuanto al intercambio comercial a mediano o largo plazo, por las características del negocio y la complejidad de la contingencia mundial. Los mercados visitados fueron: Suecia, Japón, USA, China, Alemania y Taiwán, por citar algunos.

Asimismo, ProChile apoyó más de 10 actividades para el sector en diversos mercados, como Japón, EEUU, Canadá, India, Holanda, Polonia, Alemania, Francia, Suecia, Colombia, entre otros, destinadas a concretar negocios, incluyendo visitas de compradores, sommeliers y líderes de opinión, envío de muestras, participación en ferias, compra de pasajes y la organización de reuniones de negocios tanto en Chile como en mercados de interés. En esta modalidad participaron también empresas vitivinícolas a través del programa de Agricultura de Menor Escala y en el contexto regional, se realizaron acciones gracias al

financiamiento de los gobiernos regionales de Coquimbo, Maule y O'Higgins.

**Sector Innovación Alimentaria:** Durante el 2023, el trabajo para este sector se enfocó en los mercados de Latinoamérica, Estados Unidos y Europa, brindando herramientas para el proceso de internacionalización y oportunidades de negocio a las empresas. Con este objetivo, se llevaron a cabo más de 7 actividades, entre las que destacan el Taller Chile Connected Canadá de Innovación Alimentaria, con la participación de 20 empresas, así como el Coaching para canal eCommerce en el mercado estadounidense con la participación de 8 empresas y el Proyecto de Consultoría "ACOCX" para Empresas del Sector de Innovación Alimentaria, beneficiando a 10 empresas.

Adicionalmente, cabe destacar el trabajo conjunto con el Programa Transforma Alimentos, iniciativa de Corfo y Ministerio de Agricultura que busca relevar el sector de innovación alimentaria en Chile y su promoción en el exterior, en esta instancia ProChile participa activamente por medio de mesas de trabajo, así como jurado en los Catálogos de Innovación Alimentaria de Transforma Alimentos, en sus 4 versiones, las cuales muestran año a año las 50 iniciativas más innovadoras del sector.

**Sector Proveedores del Agro:** En el 2023 el sector se hizo parte del Programa de Soluciones Globales, descrito en página 9. A nivel de acciones dirigidas a promover los proveedores para el agro, el año 2023 destacan la realización de misiones comerciales a Perú donde participaron 11 empresas, quienes sostuvieron un total de 98 reuniones de negocios con 35 contrapartes en las dos instancias realizadas en el mercado y la participación en Expo Agrofuturo en Colombia donde se contó con 5 empresas participantes en la Feria, estimando el contacto con 145 compradores presentes en el evento.

**Productos del Mar:** Durante 2023 el trabajo para el sector se centró en cinco grandes líneas de acción. La primera, participación en ferias internacionales como Seafood Expo Global -SEG (Europa), Seafood Expo North America - SENA (EE. UU.), Conxemar (Europa) y China

Fisheries & Seafood Expo - CFSE (China) donde más de 30 empresas chilenas exportadoras participaron con un stand. La segunda, campañas de comunicaciones en Italia para el posicionamiento del salmón y el pez espada. La tercera, realización de e-Enexpro Productos del Mar, rueda de negocios virtual con la participación de 105 importadores de 31 mercados a nivel mundial y 64 empresas exportadoras chilenas de 7 regiones del país y más de 450 reuniones. La cuarta, diversificación de mercados a través de las oficinas comerciales de ProChile con la recepción de más de 110 solicitudes de contactos por parte de importadores para conocer la oferta exportable de Chile. Por último, el apoyo al posicionamiento de dos marcas sectoriales, Salmón Chile en Brasil y Chile Mussel en China.

**Programa Agricultura Menor Escala:** El año 2023 se diseñó un levantamiento del segmento AFC con la Ruta Exportadora para Agricultura de Menor Escala, programa que tiene como foco atender a 50 empresas y/o productores que se clasifiquen como potenciales exportadores y exportadores directos o intermitentes, buscando contribuir a la inserción de estas empresas en los mercados internacionales. En el caso de las empresas con potencial exportador se buscó iniciarlas en el proceso exportador y acercarlas a los mercados externos, a través de un ciclo de capacitación y talleres especializados realizados de forma presencial en Santiago en el mes de septiembre. En el caso de los exportadores directos, 9 empresas pertenecientes a la agricultura de menor escala tuvieron la oportunidad de participar en el ENCUENTRO DE NEGOCIOS CHILE - BRASIL.

Otras acciones destacadas durante 2023 para el sector agroalimentario, fueron la participación en diversas Ferias Internacionales, de gran relevancia sectorial. Destacamos la presencia de Chile en las siguientes:

- **Anuga**, una de las ferias internacionales más grandes e influyentes en alimentación y bebidas a nivel mundial. Este evento se desarrolló del 07 al 11 de octubre de 2023 en la ciudad de Colonia, Alemania, con la asistencia de más de 140.000 visitantes procedentes de 200 países y alrededor de 7.900 expositores de 118 países. Contó con la

participación de 35 empresas chilenas, con el objetivo de aumentar y diversificar sus exportaciones, junto con posicionar la imagen país.

- **China Fisheries Expo**, una de las más grandes ferias a nivel mundial y la principal de China para el sector, que se realiza desde 1996 y a la que asisten compradores y oferentes de productos del mar frescos, congelados y de variados formatos con valor agregado, provenientes de todo el mundo. Este evento representó para las empresas chilenas, una oportunidad para promover y posicionar sus productos, destacando el aumento de su participación luego de la reapertura post pandemia, contando con la presencia de 13 empresas.
- **Apas Show** realizada del 15 al 18 de mayo, donde participaron 26 empresas chilenas del sector alimentos. Este encuentro brindó la oportunidad para el acercamiento entre el sector privado chileno y compradores internacionales, establecer valiosas redes comerciales. La feria atrajo a 60.398 asistentes, incluyendo compradores internacionales de 30 países, destacando la relevancia y el alcance internacional de la participación chilena.

## Industria 4.0

Al hablar de la Industria 4.0, nos referimos a la cuarta revolución industrial impulsada por el impacto de la tecnología digital y el procesamiento de datos. Este proceso dio paso a lo que conocemos como Fábrica Inteligente, que como consecuencia generó en el mundo un impulso de la productividad y una creciente automatización. El desarrollo de las tecnologías de la información y de la capacidad de análisis de grandes bases de datos, están impactando de numerosas maneras la economía, incluida las formas de producción, generando nuevos desafíos para los países y las empresas.

De allí es que durante el 2023 ProChile buscó promover, facilitar y fortalecer el posicionamiento de la industria nacional en el exterior, destacando el desarrollo

tecnológico que hace más eficiente y competitiva la oferta exportable. Contribuimos a la generación de los encadenamientos productivos y a fortalecer cadenas globales de valor.

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

A través de la creación de mesas de trabajo público-privadas diseñamos un Plan de Internacionalización e impulsamos alianzas colaborativas en la industria, creando redes de apoyo. Asimismo, generamos información relevante para conocer oportunidades del mercado y así facilitar herramientas de promoción, tanto como iniciativas y acciones de apoyo, entre las cuales se destacan: Evento ícono del Depto. Industrias 4.0 se realizó el gran “Encuentro de Negocios Latam 2023”, que se llevó a cabo en Ciudad de Panamá en el mes de septiembre. Donde participaron 54 empresas exportadoras nacionales y 99 importadores provenientes de 16 mercados de Latinoamérica y Centroamérica, donde se lograron 599 reuniones de negocios y se proyectaron alrededor de US\$23,4 millones. Asimismo, nos acompañaron los principales representantes gremiales del sector forestal, Industria Farmacéutica, y de Envases y embalajes, dando a conocer la gran oferta de Chile.

- Se identificó en 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 en 2023 en el marco de la PDAC el piloto de una mesa de trabajo con Cochilco, Enami, Sonami y Sernageomin, más el Ministerio de Minería, InvestChile.

Esta mesa tiene objetivo fortalecer y/o acelerar el proceso de internacionalización en los merca-

dos demandantes del sector y potenciar la Feria Minera PDAC, el evento de encuentro y exhibición más importante de nuevos proyectos mineros y exploraciones en Canadá.

- Revalidación del convenio de traspaso de recursos desde el Ministerio de Minería para el 2023. 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 lo cual, a través de la mesa de Proveedores para la Minería, se busca el desarrollo productivo nacional con miras a la generación de proveedores de clase mundial y su posterior internacionalización. Una instancia de trabajo fortalecida con nuevos actores que ha permitido articular con una mirada más transversal las acciones público-privado (Corporación Alta Ley, Ministerio de Minería, Cochilco, Expande, Minnovex, Aprimin, AIA, Inapi, Asiva, centros de pilotaje, entre otros).

Las Ferias Internacionales son una herramienta importante para los subsectores de Industrias 4.0:

**Proveedores acuícolas:** el año 2023 ProChile contó con un meeting point con empresas del sector en dos importantes ferias: Aquishow en Brasil realizada entre el 23 y el 25 de mayo del 2023, en la que participaron 4 empresas chilenas, en un mercado muy importante para los exportadores nacionales, con un potencial especialmente relevante para las empresas de soluciones para la acuicultura. El evento permitió que los empresarios chilenos mostraran sus servicios, insumos, equipos y tecnologías orientados al sector acuícola, en la búsqueda de nuevos clientes brasileros. Durante la actividad se realizaron “pitches” de cada empresa chilena participante, en un auditorio que contó con asistencia de profesionales locales del sector acuícola.

AquaExpo en Guayaquil Ecuador, realizada entre el 23 y 26 de octubre, donde participaron 8 empresas que llevan varios años desarrollando tecnologías innovadoras y prestando servicios a la industria salmonera

chilena, las cuales han acumulado una enorme experiencia y conocimientos sobre acuicultura, que ahora buscan expandir comercialmente con otras industrias del mundo, como es la producción de camarón, que tiene una gran tradición en Ecuador. Dado el know how de Chile, gracias a su trayectoria en la industria salmonera, se ha identificado grandes oportunidades para los productos y servicios chilenos que son perfectamente replicables o adaptables a las necesidades del sector acuícola ecuatoriano, para impulsar su desarrollo y potencialidad.

Aquanor, feria bienal que se realiza en Noruega, la cual convoca a los principales actores del ecosistema mundial de proveedores acuícolas, destacando la presencia de países como Escocia, Dinamarca y el anfitrión Noruega. El año pasado participaron 13 empresas nacionales, las que además de visitar la feria, asistieron a visitas técnicas y compartieron con actores del ecosistema local e internacional, en una actividad de networking. La actividad en su conjunto arrojó proyecciones de negocios por US\$7.050.000.

**Proveedores para la Minería:** se participó en las principales ferias del sector, como PDAC, Perumin, Expominas Ecuador, Imar-Australia. A continuación, se detalla la participación realizada:

PDAC 2023, participaron de esta feria un total de 8 empresas. Esta delegación liderada por el Subsecretario de Minería y ProChile, en conjunto con entidades públicas y privadas como: Alta Ley, Sernageomin, Sonami, Cochilco, Enami e InvestChile más ejecutivos de las empresas, permitieron posicionar a Chile en una de las principales ferias de minería en el mundo.

En Perumin, 20 empresas participaron en la feria, los positivos números de la primera rueda de negocios que organiza ProChile en el marco de Perumin más el premio en la categoría “Imagen Innovadora” obtenido por el pabellón chileno hacen que el balance del regreso de Chile a Arequipa sea más que satisfactorio. La rueda de negocios, la actividad realizada el martes 26 de septiembre, reunió a las 20 empresas nacionales participantes con 9 ejecutivos de mineras peruanas con perfiles de compras en líneas de innovación, transformación digital, distintas necesidades de la

operación y sostenibilidad. En total, se concretaron 420 reuniones y a partir de la información entregada por los mismos participantes, se proyectan negocios por más de US\$ 52,7 millones.

Expominas Ecuador, en esta feria participaron 8 empresas, donde no sólo se buscó posicionar la oferta de valor agregado e innovadora que posee Chile en productos y servicios para la minería, sino también relevar las empresas lideradas por mujeres.

Conferencia Internacional de Minería y Recursos - Imar-Australia, corresponde al evento minero más influyente de Australia, la que moviliza a la industria para la colaboración y atracción de los bienes, servicios y soluciones a la minería más grandes y relevantes de la industria. Participaron 6 empresas usuarias de ProChile.

Enexpro Soluciones para la Minería realizada en Valparaíso, donde contamos con la participación de más de 23 compradores de más de 9 mercados, beneficiando a 200 empresas chilenas. Este circuito culminó con la participación en el Encuentro Chile Brasil, versión Belo Horizonte, donde 9 empresas prospectaron y actualizaron negocios.

**Metalmecánica:** participación en el Encuentro de Maquila en Paraguay con 8 empresas manufacturera de tres distintos sectores en el marco de generar alianzas entre proveedores y encadenamientos productivos.

**Forestal:** Fue el sector con más empresas exportadoras participando del encuentro Latam de ProChile, llevando 16 empresas a Panamá dejando una interesante proyección de negocios.

Además, se realizaron dos exitosas misiones comerciales:

- a México, donde se sostuvieron visitas a empresas y 210 reuniones, tanto en Monterrey como en Ciudad de México (dentro del Encuentro Chile - México);
- y a Colombia, desarrollándose reuniones y actividades de networking, tanto en Medellín como en Bogotá.

En Santiago, en noviembre ProChile fue parte del evento “Semana de la Madera”, en donde participamos con un stand, así como también, con una Rueda de Negocios que se realizó con 3 importadores cuya traída fue gestionada por ProChile.

En el área de inteligencia comercial, se realizaron estudios del sector en los mercados de India y del Sudeste de Estados Unidos.

**Envases y embalajes:** participación en la Rueda de Negocios en el marco del Encuentro Latam realizado en Panamá 2023. Adicionalmente, participamos en la Feria Ecomondo en Italia junto a gremios y empresas del sector, y sumamos a Corfo para apoyar el desarrollo de esta industria. Fundamental es el trabajo con socios estratégicos como CENEM (Centro de envases y embalajes de Chile), ANIR (Asociación de Reciclaje) y ASIPLA (Asociación del plástico).

**Salud:** Continuidad de la mesa de salud público-privada, fortaleciendo la oferta nacional, lo que permitió que estas estrategias generaran un reposicionamiento de ProChile en el trabajo con las principales asociaciones gremiales exportadoras de este sector, incluyendo un trabajo conjunto con el Instituto de Salud Pública (ISP), para la gestión de acuerdos con organismos reguladores homólogos en Latinoamérica y Centroamérica concretándose esta mesa de trabajo en el evento “Encuentro de Negocios LATAM 2023”. Estos encuentros no solo fomentan la colaboración y el intercambio de conocimientos, sino que también impulsan alianzas estratégicas que potencian el crecimiento y la expansión de nuestras empresas en el mercado internacional.

Asimismo, se gestionó un programa de Softlanding para empresas chilenas de dispositivos médicos y HealthTech con foco en el mercado estadounidense donde participaron 8 empresas de los subsectores indicados. Esta iniciativa no solo brinda oportunidades de establecimiento en un entorno propicio para el desarrollo empresarial, sino que también facilita el acceso a nuevas redes de contactos y recursos clave para el éxito en el mercado global de la salud.

En Chile, se participó de la Feria ExpoHospital 2023, con un stand institucional que nos otorgó la oportunidad de relacionarnos como institución con la oferta exportable chilena en terreno. Esta participación se convierte en una vitrina que no solo fortalece la reputación de Chile como un líder en el sector, sino que también abre nuevas puertas de oportunidad para nuestras empresas, generando interés y confianza en la oferta chilena.

Comprometidos con un Chile más en terreno, los profesionales del Departamento de Industrias tuvieron la posibilidad de compartir en regiones con nuevas empresas con alto desarrollo tecnológico y gran potencial de internacionalización en las regiones de Antofagasta, Copiapó, Valparaíso, La Serena, Región Metropolitana y Puerto Montt, como principales regiones foco de la oferta nacional.

## Servicios y Turismo

Las exportaciones de servicios mostraron un fuerte aumento durante el 2023, siendo un sector clave para diversificar nuestra oferta exportadora e impulsar la internacionalización de las Pymes. La industria tecnológica de Chile está creciendo, siendo además una industria habilitante, que nos permite promocionar a nuestro país como el Hub natural de la región para exportar servicios.

En el período enero a diciembre del 2023, según cifras de Aduanas, las exportaciones de servicios totalizaron US\$ 2.153 millones, un +55,5% más que el año anterior. El mercado más importante en la recepción de las prestaciones de servicios chilenos fue Estados Unidos con US\$ 472 millones, creciendo un +52,2%. Esto se debe principalmente por los servicios TICs, Financieros, Administración e investigación y Desarrollo. Estados Unidos representó el 21,9% de los servicios exportados. Las mayores alzas corresponden al mundo de la tecnología: Asesoría en Tecnología de la Información y Apoyo Técnico en Computación e informática vía Internet.

Para fomentar la sofisticación y diversificación de nuestra matriz exportadora, ProChile pone a disposición de las empresas diferentes instrumentos y

herramientas. Esto ayuda al crecimiento y al proceso de internacionalización del sector. Los subsectores con los cuales se trabajó durante 2023 fueron: Edutech, Healthtech, Fintech, Insurtech, Servicios de Arquitectura, Servicios de Ingeniería, Servicios de Construcción, Soluciones para Smart City, Energías limpias, Eficiencia Energética y Gestión Hídrica, Servicios y Soluciones para la Logística.

En el período se realizaron 77 actividades correspondientes a las distintas áreas del Departamento de Servicios, Innovación y Turismo, las cuales fueron realizadas con la intención de plasmar los pilares estratégicos establecidos previamente, esto es: agregar valor a la oferta exportable, ya sea con innovación, expertise chilena, adaptabilidad, entre otros; diferenciar la oferta mediante la implementación de sostenibilidad; innovación por medio de un posicionamiento definido y una ventaja competitiva clara y concisa; generar un relato común en el que destaque la colaboración, resiliencia, talento y asociatividad; fortalecer la imagen país para convertirse en un destino de inversión extranjera y un líder mundial en la exportación de servicios y turismo.

En el período se ha fortalecido el trabajo a través de Marcas Sectoriales, con la implementación de la campaña de la marca “Learn Chile”, red de instituciones de educación superior, compuesta por más de veinte universidades e institutos de formación técnico profesional apoyados por ProChile, con el objetivo de potenciar la internacionalización de la oferta académica de Chile y promocionar al país como un excelente destino para estudiantes internacionales.

Las principales actividades ejecutadas fueron 21 misiones comerciales, 10 acciones de aceleración y softlanding, la participación en 7 ferias internacionales tales como, eMerge Américas, Edutechnia, Expo Solary Smart City Barcelona para los distintos subsectores con foco en Colombia, Perú, Paraguay, México, y Estados Unidos (Miami, Los Ángeles y Nueva York). Todo esto en un trabajo coordinado público-privado con más de 20 gremios e instituciones representativas a nivel nacional.

Finalmente, durante 2023 se atendieron 357 exportadores, de los cuales 206 fueron Pymex, con un monto de exportación equivalente a los MMUS\$ 318. Esto permitió generar 76.323 empleos para el sector.

**Turismo:** ProChile trabaja este subsector con foco en el turismo receptivo en estrecha colaboración con Sernatur y la Subsecretaría de Turismo. Para 2023 se continuó apoyando la promoción del sector, su reactivación y la internacionalización de empresas turísticas y Tour Operadores del país en regiones foco. Ello, con el objetivo adicional de aumentar la llegada de turistas extranjeros, el gasto turístico en Chile y reducir la estacionalidad. En este sentido, se priorizó el trabajo con las regiones de Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Los Lagos, Aysén y Magallanes.

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

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

Dentro de las actividades ejecutadas, se realizó la ruta de Enoturismo, en colaboración con EnoturismoChile, con la invitación a 5 tour operadores de Brasil quienes visitaron 3 valles de las regiones de Valparaíso, O´Higgins y la Región Metropolitana, llegando a 18 empresas del sector, la ruta por la Patagonia con la participación de 5 Tour Operadores del mismo mercado, donde se visitaron las regiones de Los Lagos, Magallanes y la Antártica Chilena conociendo 10 empresas con oferta turística.

Entre las acciones realizadas en los mercados se realizó el Workshop en México, a fin de mostrar la oferta turística chilena al Travel Trade de Ciudad de México. Aprovechando la visita de empresas chilenas a la Feria WTM Londres, se realizó una rueda de negocios entre Tour Operadores chilenos y polacos en Polonia.

En Estados Unidos, se apoyó a Sernatur en la realización de un roadshow de turismo en las ciudades de Los Ángeles y Seattle con la participación de 18 empresas chilenas.

En Asia se participó de la Feria Internacional de Turismo, de la ciudad de Ho Chi Min (Vietnam), en la cual se generó conexión con más de 50 agencias de turismo en Vietnam. Mientras que en Europa se participó en el evento “Chile: Wines & Wildlife” en Londres.

## Economía Creativa

ProChile hace más de 20 años comenzó a trabajar en el posicionamiento de los sectores creativos chilenos en mercados internacionales, relevando la creatividad, habilidades y el talento como un factor clave en la imagen de Chile en el exterior.

Los esfuerzos de ProChile se han configurado en comprender la producción cultural como una actividad económica que aporta valor desde una multidimensionalidad de factores que no pueden ser sólo comprendidos desde una lógica lineal, ya que el valor de la cultura es exponencial, contribuyendo a fortalecer la imagen país a nivel internacional.

El potencial exportador de las Industrias Creativas y Culturales y el desafío de su internacionalización, ha llevado a ProChile a diseñar diferentes modelos de promoción internacional que incluyen el levantamiento de los sectores y oferta exportable creativa; el diseño de planes estratégicos; la construcción de instrumentos concursables para el fomento exportador y un acompañamiento especializado, para que cada uno de los subsectores que hoy tenemos priorizados desarrollen su posicionamiento y promoción comercial en los principales mercados internacionales. Todo esto bajo el contexto de una articulación público – privada, levantando estrategias con más de 26 gremios, fundaciones y cooperativas del sector creativo, sumado a una coordinación Interinstitucional con nuestras diferentes contrapartes públicas (MINCAP, CORFO, DIRAC, entre otros).

Con la adición en 2023 del área de Artesanía como un nuevo subsector al trabajo de promoción internacional, el Departamento de Economía Creativa trabaja con 12 subsectores: Animación, Artesanía, Artes Escénicas, Artes Visuales, Audiovisual, Diseño, Editorial, Moda, Música, Narrativa Gráfica e Ilustración y Videojuegos.

A nivel de promoción internacional, el sector tiene presencia en más de 20 mercados, destacando la participación de creativos chilenos en mercados globales como: Marché du Film (audiovisual), Berlinale – European Film Market (audiovisual), Game Developer Conference (videojuegos), MIFA Anney (animación), Tokio Game Show (videojuegos), Gamescom (videojuegos), Frankfurt Book Fair (editorial), Primavera Pro (música), Festival Internacional de la Bande Dessinée d'Angoulême (narrativa gráfica e ilustración), entre otros.

Se suma a las herramientas en la estrategia de internacionalización de los sectores creativos, el apoyo y fortalecimiento de encuentros internacionales que se desarrollan en Chile, destacando el apoyo de ProChile a los principales encuentros de negocios de las Industrias Creativas: Chilemonos (Animación); Ch.ACO (Artes Visuales); IMESUR – Pulsar – Fluvial (Música), Festival de Cine de Valdivia (Audiovisual), Festival Internacional Teatro a Mil (Artes Escénicas), entre otros.

El año 2023 se realizaron 65 actividades de promoción internacional para los subsectores priorizados de Economía Creativa, incluyendo la participación en 17 ferias internacionales. Algunos de las actividades realizadas fueron: MIFA, Festival Internacional de animación de Anney (animación, Francia); PIXELATL (animación, México); European Film Market, Berlinale (audiovisual, Alemania); Marché du Film, Festival Internacional de Cine de Cannes (audiovisual - Francia); Sunny Side of the Docs (audiovisual - Francia); visita de compradores de Turquía (artes de la visualidad); misión comercial ARTBO (artes de la visualidad, Colombia); Cuadrienal de Diseño Escénico de Praga (artes escénicas); Revelaciones (artesanía, Francia); misión comercial a Empack (diseño).

Además, ferias internacionales de libro de Bolonia (Italia), Bogotá (Colombia), Buenos Aires (Argentina) y Frankfurt (Alemania); Milán Fashion Week (moda,

Italia); Tranöi (moda, Francia); BIME Bogotá (música, Colombia); Jazz Ahead (música, Alemania); Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême (narrativa gráfica e ilustración, Francia); Comicon San Diego (narrativa gráfica e ilustración, USA); Big Festival (videojuegos, Brasil); Tokio Game Show (videojuegos, Japón); entre otros.

En noviembre de 2023 se realizó el Enexpro Industrias Creativas, que culminó con una proyección de negocios cercana a los US\$ 25 millones, siendo así el encuentro exportador más grande de Chile y Latinoamérica para el sector creativo.

Por primera vez este evento se realizó fuera de Santiago, siendo elegida como sede la Región de Valparaíso. Participaron más de 150 exportadoras de diversas regiones del país, quienes sostuvieron cerca de 400 reuniones de negocios con alguno de los más de 45 importadores de 13 mercados, entre ellos: Argentina, Reino Unido, España, México, Corea del Sur, Japón y Estados Unidos.

Los resultados más destacados del trabajo de ProChile con las industrias creativas para el año 2023, se resume en los siguientes puntos:

- Participación de casi 700 usuarios en instrumentos de ProChile, entre innovadores, con gran potencial exportador y exportadores. Las empresas de economía creativa exportadoras alcanzaron las 146 y exportaron montos por US\$43 millones, y en total se estima en 2.062 los empleos asociados a nuestros usuarios.
- Coordinación interinstitucional permanente con instituciones como el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, la División de las Culturas, las Artes, el Patrimonio y la Diplomacia Pública de la Cancillería (DIRAC), Fundación Imagen de Chile y CORFO. Se destaca el convenio de colaboración con el Consejo del libro del Ministerio de las Culturas, las Artes y Patrimonio (MINCAP) para el fortalecimiento de ferias internacionales del libro.

- Mantención y crecimiento de relaciones permanentes y coordinadas con cerca de 26 gremios, asociaciones, fundaciones y cooperativas del sector, además de la tarea permanente de incentivar la asociatividad para la exportación.
- Incorporación del sector Artesanía como prioritario, sumándose al trabajo de internacionalización que se realiza con los demás sectores.
- Levantamiento de la oferta y participación regional en las diferentes mesas público-privadas para el desarrollo y potenciamiento de los sectores creativos.

## 2. Transversales

### Sostenibilidad

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

Se desarrolló el plan anual correspondiente a nuestro convenio con el Programa Estado Verde, y obteniendo la pre-acreditación para el nivel de excelencia. El desarrollo de las actividades del plan culminará con la obtención del sello para la institución durante el primer trimestre del 2024.

Durante 2023 se realizó el primer estudio de materialidad de ProChile, con estándares GRI el que tenía por objetivo identificar los temas relevantes tanto para la institución como para nuestros usuarios y que deben ser trabajados y reportados, según su grado de importancia. Este estudio es parte de las acciones definidas por la Política de Sostenibilidad y fue una acción relevante para poder hacer el Primer Reporte de sostenibilidad 2024.

Así también, se realizaron nuevas acciones de capacitación y talleres a trabajadores y empresas usuarias.

A estas últimas, un taller sobre comunicación efectiva de la sostenibilidad basado en datos y sobre cómo hacer una política de sostenibilidad para empresas agroexportadoras.

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

Como parte de las actividades de colaboración con otras instituciones, en 2023 se retomó el trabajo de la mesa de CODESU – Mesa de Huella Ambiental, esta Mesa es un trabajo colaborativo entre SUBREI y ProChile que permite dialogar sobre la manera en que se puede apoyar al sector exportador para responder a los requerimientos ambientales que van surgiendo en los mercados. En esta oportunidad junto a una experta de la Unión Europea, se abordaron los detalles de la regulación CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism), analizando los pasos para su implementación y detalles de su funcionamiento en los próximos años.

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

## Género

En 2023 seguimos trabajando con especial énfasis la diversidad y origen de la oferta de las empresas, procurando que cada una de las regiones viera potenciado su comercio local y salida al mundo con identidad territorial, en este contexto es que las empresas lideradas por mujeres apoyadas por ProChile alcanzó un total de 475 empresas.

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

Las acciones de internacionalización se relacionaron con los siguientes mercados: Argentina, México, Estados Unidos, Países Bajos.

Por su parte, las acciones de fortalecimiento realizadas se dirigieron a sectores como: editorial, audiovisual, animación, vinos y TIC's.

Uno de los recursos más importantes para esta tarea ha sido contar con capacidades internas que permitan no sólo comprender cómo las desiguales, relaciones de poder y el ordenamiento público y privado afectan a la internacionalización de las Empresas Lideradas por Mujeres, sino también cómo diseñar las acciones, medidas, programas y/o políticas que permitan disminuir o erradicar la inequidad, barreras y brechas de género. La capacitación y sensibilización de las temáticas vinculadas al área frente a la audiencia interna continúa siendo un permanente foco en la labor institucional. Se realizó un taller de Lenguaje Inclusivo o No Binario y tres charlas de sensibilización a los equipos nacionales e internacionales de ProChile, la primera orientada a temas de perspectiva de género en las organizaciones, la segunda a diversidad sexogenérica y la tercera con foco en salud mental y trabajo: una perspectiva de género.

Por último, la vinculación se materializó a través de la segunda versión de la Distinción Mujer Exporta con la

que se reconoce anualmente el trabajo de empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres de los más diversos subsectores reuniendo a las mujeres exportadoras más relevantes en su área. Este reconocimiento se realiza en las siguientes categorías: compromiso con la internacionalización, aporte al empleo femenino, la relevancia del trabajo con comunidades, compromiso con el triple impacto, transformación digital y gestión del cambio y, por último, ciencia, tecnología e innovación. En el año 2023 el reconocimiento a estas empresas lideradas por mujeres se llevó a cabo en la Región de Tarapacá, específicamente en la oficina salitrera de Humbertone. Es importante destacar que esta acción busca visibilizar el liderazgo femenino en el marco del proceso exportador

### **Pueblos Originarios**

En ProChile, reconocemos y valoramos la riqueza cultural e historia de los pueblos originarios de Chile. Nuestro objetivo es fomentar un desarrollo sostenible e inclusivo, que reconozca y fortalezca la identidad cultural de los pueblos originarios, promoviendo su participación en la economía y el comercio internacional.

El Programa de Internacionalización - que surge a raíz de Convenio firmado con CONADI - tuvo como objetivo posicionar a las empresas de pueblos originarios en mercados internacionales y entregarles claves para aumentar su valor agregado y para su óptimo aterrizaje más allá de nuestras fronteras.

Durante el 2023 se ejecutó el Programa de Formación Territorial (PFT) que permitió capacitar a un total de 22 empresas de Pueblos Originarios en las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, con productos del sector agroalimentario y gourmet, artesanías y también de servicios de turismo indígena, a través de un plan de acciones que incluyen sesiones de mentorías grupales especializadas en internacionalización y personalizadas para entregar herramientas técnicas en distintas materias, diagnóstico de la oferta, impulsando así con capacidades y habilidades el desarrollo de las empresas y/o potenciar sus negocios.

Adicionalmente, se gestionó un ciclo de talleres para empresas del sector de alimentos, a fin de reforzar las herramientas necesarias para la reflexión interna sobre el proceso exportador, partiendo por el análisis de los productos que hoy desarrollan, además de entregar la información adecuada para que reconozcan a los actores de la cadena de comercialización, canales de distribución, importancia de los acuerdos comerciales y su respuesta en tiempos comprometidos, y comprender la importancia de la construcción de precios/tarifas adecuadas para un proceso exitoso.

Como parte de las actividades de internacionalización, 4 empresas del sector de Turismo pertenecientes a Pueblos Originarios participaron en el World Indigenous Tourism Summit, que buscó apoyarles para que fueran parte de esta experiencia, junto a representantes de diversas partes de la industria del turismo, académicos, gubernamentales, entre otros. La idea fue promover el intercambio de conocimiento sobre la interrelación entre el turismo, la comunidad y la administración de la tierra.

Se ejecutó en el mes de febrero la Misión Comercial a Colombia, con el objetivo de impulsar, gestionar y apoyar la difusión e internacionalización de empresas de alimentos del programa de Internacionalización de Pueblos Originarios de continuidad, buscando avanzar con oportunidades comerciales en el mercado. En esta acción de promoción participaron 5 empresas.

También 4 empresas chilenas de pueblos originarios participaron en el World Indigenous Business Forum, que se realizó en Port Moresby, Papúa Nueva Guinea cuyo propósito fue reunir a líderes de sectores corporativos y no corporativos, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, pueblos indígenas y no indígenas para conversaciones cara a cara, visiones, aprendizaje compartido, oportunidades mutuas, y posibilidades de inversión.

La delegación nacional que participó en ese foro mundial estuvo integrada por dos empresas de pueblos originarios de la Región Metropolitana, una de Valparaíso y una de La Araucanía, quienes pudieron presentar su oferta exportable.

El trabajo realizado sumó un total de 51 empresas exportadoras usuarias en 2023, donde los principales mercados abordados fueron: Colombia, Canadá, Australia y se realizaron actividades de promoción con foco en turismo, alimentos, industrias creativas (artesanía, orfebrería, diseño y moda)

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

### Innovación

El área de Innovación tiene como rol diseñar y apoyar la implementación de distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas de alto impacto, así como generar acciones de visibilización y difusión que posicionen a Chile como referente de Innovación y Emprendimiento a nivel mundial. Para lograr este objetivo se diseñaron e implementaron distintas herramientas y programas que permitan la internacionalización de empresas de base tecnológica con soluciones disruptivas e incrementales, de gran escalabilidad y alto impacto. Las distintas herramientas se orientan de acuerdo a las diferentes necesidades y etapas de desarrollo en las que se encuentran las empresas, ya sean startups y/o scaleups.

Para lograr el objetivo anterior, se diseñó una estrategia que cuenta con 6 pilares y acciones claves:

Redes y Alianzas, nacionales e internacionales, Diseño e implementación, Herramientas, Posicionamiento internacional, Formación y gestión de Comunidad, Gestión de capacidades y Difusión.

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

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

Principales programas Innovación	GoGlobal, Market Entry Series
Plataforma de servicios	ProChile Global X
Principales ferias/ eventos	WebSummit, StartCo, London Tech Week, entre otros.
Total Cupos adjudicados	189
Empresas apoyadas	153

En esa línea, en 2023 ProChile continuó fortaleciendo sus principales programas (entre otros):

**Market Entry Series:** Ciclos de charlas informativas, dictadas por los principales stakeholders de los distintos ecosistemas de innovación con el objetivo de dar a conocer mercados en los cuales existen oportunidades e informar sobre tópicos relevantes para empresas de base tecnológica.

**Investment Readiness:** Sesiones de mentorías y capacitaciones las cuales permitieron validar estrategias de financiamiento internacional y dan la oportunidad de exponer ante fondos de inversión internacionales.

**ProChile Global X:** Plataforma de servicios que apoyó el ingreso y desarrollo comercial de 12 soluciones de alto valor agregado a Europa. A través de esta plataforma se vinculó con los principales actores del ecosistema europeo, además de potenciar la colaboración en cuatro líneas:

- Investigación y Desarrollo: como Centros I+D, Transferencia Tecnológica, Centros de Pilotaje, Universidades, etc.
- Venture Capital y alianzas: para levantar oportunidades de financiamiento, fomento de co-inversión y vinculación con partners.

**Gira España:** 10 empresas nacionales visitaron 3 ciudades españolas, Madrid asistiendo al evento “Madrid Platform”, Valencia coordinando actividades en conjunto con “Invest in Valencia” y Bilbao a través de EY.

Para el programa ProChile Global X se trabajó con:

- Red de mentores: vinculación con más de 20 mentores de 8 países europeos que entregar mentorías a los seleccionados del programa.
- Mercados consolidados en 2023: Alemania, España y Reino Unido.
- Mercados en fortalecimiento en 2023: Francia, Francia, Países Nórdicos y Países Bajos.

**GoGlobal:** en su quinta versión del año 2023 apoyó a 42 empresas. Este programa ofrece 10 semanas (6 online y 4 presenciales) de aceleración incluyendo un espacio de trabajo y pasajes al mercado de destino para que los participantes puedan vivir la experiencia de la internacionalización. A igual que los años anteriores los mercados fueron Perú (Lima), Colombia (Bogotá), México (Ciudad de México) y Estados Unidos (Miami).

En esta versión el portafolio estuvo conformado por un 40% de empresas de regiones distintas a la Metropolitana, 33% de empresas lideradas por mujeres y los sectores con mayor presencia fueron biotech, salud, energía, retail y agrotech.

Finalmente destacamos que a nivel institucional el apoyo a empresas innovadoras no solo se desarrolló a través de iniciativas exclusivamente diseñadas para este segmento de empresas, sino que además apoyamos con herramientas sectoriales como misiones comerciales, participación en ferias, encuentros de negocio. Así también diseñamos e implementamos herramientas enfocadas a empresas que se agrupan en torno a una problemática como Climatech y Smart Cities.

En su totalidad la estrategia y el apoyo a empresas innovadoras en ProChile, que incluye tanto el diseño de herramientas transversales como sectoriales se traduce en un total de 521 cupos adjudicados, en los cuales beneficiamos a 376 empresas.

## Gestión Regional

A través de sus 16 Direcciones Regionales, una en cada región del país, ProChile 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 esfuerzos y recursos para potenciar acciones de comercio exterior.

## Consejo Regional Exportador - CRE.

El Consejo Regional Exportador de ProChile (CRE), es una instancia de conversación con las asociaciones

regionales y empresas exportadoras regionales, aquí se abordan distintas temáticas en el ámbito de la promoción de las exportaciones. Se propicia el trabajo colaborativo público-privado, la Institución escucha y levanta los requerimientos de las empresas en el área de la promoción, capacitación y otras temáticas de interés, esta información es esencial para la planificación estratégica y el trabajo de mejora continua de cada dirección regional.

En el año 2023 se realizó un Consejo Regional Exportador por región, logrando una participación entre empresas y asociaciones gremiales de 252 asistentes.

### **Fondo de Nacional de Desarrollo Regional – Fondo para la Innovación y Competitividad.**

El trabajo conjunto con los Gobiernos Regionales ha sido fundamental para relevar la oferta regional. PROCHILE en el año 2023, mantuvo un total de 15 Convenios vigentes con los Gobiernos Regionales, recibiendo un total de transferencias de recursos de \$2.463.718.000, realizando un total de 72 actividades, de las cuales el 75% corresponden a 54 Acciones de Promoción, mientras que las 18 actividades restantes se focalizaron en la realización de capacitaciones y estudios para apoyar a más empresas en concretar su proceso exportador.

Las regiones de Arica y Parinacota, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, O´Higgins, Maule, Ñuble y Aysén son las que mantuvieron convenios vigentes en el año 2023.

### **Actividades Regionales Relevantes 2023**

Rueda de Negocios en Delhi para fruta fresca, seca y deshidratada. Contó con la participación de 12 empresas chilenas exportadoras de las regiones de Valparaíso (6), Metropolitana (4), O´Higgins (1) y Ñuble (1). En total se realizaron 111 reuniones durante la jornada, convirtiéndose en la rueda de negocios más grande organizada en la India para el comercio chileno de este sector. Las proyecciones de negocios estimadas por los exportadores chilenos fueron del orden de los US\$6.4 millones.

27 Encuentro Empresarial Ecosistemas de la Cámara de Comercio de Valparaíso (CRCP). Rueda de Negocios Internacional realizó 104 reuniones realizadas entre 16 compradores extranjeros (Perú, México y Colombia) y 42 empresas exportadoras de la región, de los sectores de Servicios e Industrias 4.0, con una proyección de negocios de US\$ 9.180.000.

Incluyó la realización del taller “Innovación y Sostenibilidad como Ejes Estratégicos para la Internacionalización” que entregó herramientas a las empresas participantes y también propició espacios de conversación en los que se fortalece la alianza público-privadas no solo a nivel local, como la conversación sostenida entre representantes de la Cámara de Comercio Regional de Valparaíso, ProChile y la Cámara de Comercio Peruana.

Rueda de Negocios Multisectorial RM 2023. Con la participación de 89 empresas, se cerraron con éxito las tres jornadas de trabajo, que contó con visitas a terreno, conversatorios, rueda de negocios, showroom e incluso un paseo turístico por Santiago, lo que permitió que micros, pequeñas y medianas empresas de la zona pudieran dar a conocer su oferta exportable a 30 importadores de países como Perú, Paraguay, Paraguay, México, Estados Unidos, Francia, Países Bajos, China, Colombia y Brasil. Gracias a esta instancia, se concretaron más de 300 reuniones entre los importadores y las Mipymes participantes, de las áreas de industrias y servicios, vinos de nicho, artesanía, alimentos para mascotas e innovación alimentaria. Representantes de estos sectores, pudieron incluso cerrar in situ negocios que proyectan de largo aliento.

Misión Comercial y Ruedas de Negocios Europa 2023 para Vinos de Nicho Zonas Rezagadas – Región del Maule. 7 viñas se beneficiaron al reunirse con potenciales importadores europeos de Países Bajos, Bélgica y Dinamarca y conocer sobre los requerimientos que tienen los clientes de ese continente. Varias empresas lograron acercamientos con importadores, que se traducirán en envío de muestras en los próximos meses, los que en un futuro cercano podrían traducirse en órdenes de compra para proveedores regionales. Por otra parte, se logró detectar potencial en vinos blancos,

rose y vinos tintos con menor grado alcohólico y con mayor simpleza en su elaboración, lo que genera un alto potencial para los vinos que se mostraron.

8° Versión de las empresarias del Fin del Mundo entre Chile y Argentina 2023, se realizó en la ciudad del Calafate, provincia de Santa Cruz, Argentina. Con la participación de 10 empresarias de Punta Arenas en el seminario y rueda de negocios que se realizó en Calafate, Argentina, concretaron alrededor de 70 reuniones de negocios y se estableció la próxima versión a realizar en Chile en la ciudad de Punta Arenas los días 3 y 4 de octubre del año 2024.

### 3. Acciones de Promoción

ProChile, llevó a cabo una serie de acciones destinadas a promover la oferta exportable chilena a nivel internacional. A través de diversas iniciativas y eventos, el país buscó destacar la calidad y diversidad de sus productos y servicios, así como fortalecer sus lazos comerciales con el resto del mundo. A continuación, se presenta un resumen de las principales acciones desarrolladas.

#### Encuentros de Negocios

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

**Encuentro de Negocios LATAM – Panamá 2023:** este evento tuvo como objetivo principal impulsar las exportaciones hacia Latinoamérica, con especial atención en las Pymes exportadoras. Contó con 54 empresas chilenas y 99 importadores provenientes de 16 mercados diferentes y se llevaron a cabo 599 reuniones comerciales que proyectaron negocios por más de US\$ 23.4 millones. Se destacó la oferta innovadora en sectores como salud, industria forestal, envases, metalmecánico y agro.

El evento realizado en Ciudad de Panamá contempló actividades complementarias, como la Mesa de la Salud y paneles de discusión sobre integración regional y oportunidades de negocios en diversos mercados y también llevó a cabo visitas técnicas a empresas, incluyendo el Canal de Panamá.

Asimismo, se formalizó un convenio de colaboración entre ProChile y su homólogo, ProPanamá, con el objetivo de fortalecer la cooperación empresarial entre Chile y Panamá. La representación chilena, además de empresas, incluyó a destacados representantes de asociaciones gremiales, consolidando así una participación integral y estratégica en el encuentro.

#### ENCUENTRO DE NEGOCIOS LATAM- PANAMÁ 2023

N° empresas Usuarias nacionales Pymes	49
N° empresas Usuarias nacionales No Pyme	0
N° de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)	71
Monto de Negocios Proyectados	US\$23.000.000

**Encuentro de Negocios Chile – México 2023:** este evento se organizó con el objetivo de continuar posicionando a Chile en ese país y fortalecer la relación bilateral. Convocó a casi 150 importadores mexicanos y más de 40 exportadores chilenos de los sectores de Vinos, Gin y Pisco, Innovación Alimentaria, Productos del Mar, Forestal, Fintech, Edutech, Healthtech y Logística. Los resultados proyectaron negocios por casi US\$ 113.955.010 en los próximos tres meses y US\$ 104.540.010 a seis meses.

Este evento realizado en Ciudad de México contempló ruedas de negocios, actividades de networking, y un panel en la conferencia “Hacia Un Futuro Sostenible: Celebrando la Innovación Alimentaria y El Liderazgo Femenino”, moderado por la embajadora de Chile en México, Beatriz Sánchez y por Ignacio Fernández, director general de ProChile, en el que participaron The Wild Foods, Plataforma Franca y Softys.

ENCUENTRO DE NEGOCIOS LATAM- MÉXICO 2023	
Nº empresas Usuarias nacionales Pymes	42
Nº empresas Usuarias nacionales No Pyme	42
Nº de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)	101
Monto de Negocios Projectados	US\$ 104.540.010

**Binacional Perú - Chile 2023:** El encuentro realizado en Tacna incluyó una rueda de negocios en la que participaron 53 pequeñas y medianas empresas exportadoras y con potencial exportador, así como 25 compradores chilenos, convocados por PromPerú. Por primera vez, participaron 6 compradores de Bolivia y 4 de Brasil. Estuvieron presente sectores de agro, equipamiento para la industria alimentaria, servicios logísticos y turismo.

Este encuentro organizado en alianza con la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) generó como resultado 330 citas con proyecciones de compromisos comerciales por US\$ 14.4 millones. Esta es la mayor cifra generada en todas las versiones hasta la fecha, superando en 60% el resultado del año pasado.

También de manera presencial, se incluyó al sector turismo en la rueda de negocios para contribuir con su reactivación.

ENCUENTRO DE NEGOCIOS PERÚ- CHILE 2023	
Nº empresas Usuarias nacionales Pymes	10
Nº empresas Usuarias nacionales No Pyme	8
Nº de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)	14
Monto de Negocios Projectados	US\$14.400.000

### Encuentro Chile-Brasil 2023 (ChileWeek Brasil):

El encuentro se llevó a cabo en Sao Paulo y Belo Horizonte, Brasil y tuvo como foco promover la oferta chilena de alimentos y bebidas, el turismo receptivo en Chile y atraer posibles inversiones, así como para destacar las soluciones para la minería que el país ofrece. Participaron 41 empresas chilenas Pymes y 90 Importadores, con un foco en Alimentos, Proveedores de Bienes y Servicios para la Minería, Inversión y Turismo a nivel Sudamericano, se brindó a las empresas nacionales, de estos sectores, la oportunidad de presentar su oferta y explorar las oportunidades de negocios que Chile ofrece con su principal socio comercial en Latinoamérica.

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

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

ENCUENTRO CHILE-BRASIL 2023 (CHILEWEEK BRASIL)	
Nº empresas Usuarias nacionales Pymes	48
Nº empresas Usuarias nacionales No Pyme	0
Nº de Empresas Usuarias extranjeras (importadores)	100
Monto de Negocios Projectados	US\$ 11.000.000

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

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

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

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

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

Nº empresas Usuarías nacionales Pymes	100
Nº empresas Usuarías nacionales No Pyme	25
Nº de Empresas Usuarías extranjeras (importadores)	30
Monto de Negocios Proyectados	US\$ 1.000.000

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

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

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

Nº empresas Usuarías nacionales Pymes	3
Nº empresas Usuarías nacionales No Pyme	17
Nº de Empresas Usuarías extranjeras (importadores)	13
Monto de Negocios Proyectados	US\$ 1.000.000

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

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

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

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

Sectores participantes	Fruta fresca, productos del mar (salmón, mejillones), vino, pisco, mieles, artesanías y turismo
Nº stands chilenos	7
Nº de Asistentes (extranjeros)	75 (importadores, periodistas, tour operadores, consultores, restaurantes, bares)

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

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

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

CHILEWEEK CHINA	
Nº empresas Usuarías nacionales Pymes	1
Nº empresas Usuarías nacionales No Pyme	13
Nº de Empresas Usuarías extranjeras (importadores)	196

**Evento Misión de Prospección Público Privada a India 2023:** Desde el 19 al 24 de junio 2023, se realizó el accionable de promoción para el mercado de la India, junto con la misión de prospección del sector

público y privado al mercado. El evento buscaba seguir la estrategia del mercado para prospeccionar, capitalizar y comunicar las nuevas oportunidades comerciales que permitan diversificar nuestras exportaciones y aumentar la participación de mercado para cada una de las industrias estratégicas de Chile. Dentro de la delegación se contó con la participación de asociaciones como Frutas de Chile, Wines of Chile, Consejo Exportador de Alimentos, ChilePrunes, el presidente del Consejo Empresarial Chile-India, ChileMeat, ChileNut y desde Cancillería con el Embajador de Chile en India, el Director General de ProChile, la Directora Internacional (s) de ProChile, Agregada Comercial de la Oficina de Nueva Delhi, Representante Comercial de ProChile en Mumbai y SUBREI.

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

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

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

- **Promocionales:** actividades de networking con empresarios, autoridades, medios de comunicación e influencers; entrevistas en medios; reuniones con importadores y visitas a canales de distribución.
- **Sectoriales:** reuniones a pedido de ChileNuts, ChilePrunes, ChileMeats y Wines of Chile.

- **Institucionales:** primera reunión del Consejo Empresarial Chile - India.
- **Gubernamentales:** reuniones con Ministerio de Comercio y con agencias regulatorias – FSSAI, Ministerio de Agricultura.

## Enexpros

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

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

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

El evento reunió a 180 exportadores nacionales de Arica a Punta Arenas, 45 empresas internacionales de los mercados de Estados Unidos, México, Canadá, Argentina, Colombia, Perú, Francia, España, Turquía,

Corea y Japón, concretándose 500 citas, con proyecciones de negocios por US\$ 26 millones.

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

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

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

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

**Enexpro Proveedores Mineros:** En 2023 se concretó la VII versión de Enexpro Soluciones Mineras 2023, el encuentro exportador que organizó ProChile. Realizado en colaboración con la Asociación de Empresas

de Valparaíso, ASIVA, buscó promover e impulsar la internacionalización de las empresas nacionales que proveen bienes y servicios a la minería. Este evento se realizó entre el 29 y 30 de agosto en Viña del Mar, Valparaíso, Chile.

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

El evento contempló la presencia de 24 compradores internacionales, provenientes de Perú, México, Brasil, Ecuador, Bolivia, Panamá, Guatemala, entre otros, los que sostuvieron encuentros y reuniones comerciales con más de 180 empresas de todo el país.

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

### Ferias Internacionales

Las Ferias Internacionales fueron un espacio para visibilizar la oferta exportable de productos y servicios chilenos, impulsando encuentros anuales entre empresas exportadoras y compradores internacionales a través de la creación, diseño e implementación de stands desde los 9mt2 en adelante, que reúnen y representan a los sectores productivos a nivel nacional, fortaleciendo la imagen de Chile en el exterior. En este contexto es que el año 2023 surge el esfuerzo por crear un nuevo diseño de pabellones para nuestro

país en los eventos internacionales de promoción; fruto también de una mirada colaborativa entre el sector público y privado, gremios y empresas chilenas usuarias de estos espacios.

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

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

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

Número de ferias	49 Ferias Internacionales
Empresas exportadoras participantes	398 aprox.
Negocios proyectados por los participantes en Ferias	US\$ 165.292.529.-
Sectores participantes	Agro&Alimentos Industria creativa Industrias 4.0 y Minería Servicios, Innovación y Turismo Sostenibilidad

## Concursos

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

### Fondos Concursables Sectoriales:

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

Sector	Gremios Beneficiarios	Inversión Pública (\$)
Silvoagropecuaria	21	1.395.640.000
Industria creativa	7	102.250.000
Servicios	6	94.350.000
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>1.592.240.000</b>

### Fondos Concursables Empresariales:

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

Sector	Gremios Beneficiarios	Inversión Pública (\$)
Silvoagropecuaria	70	651.048.850
Industria creativa	22	217.332.500
Servicios	24	189.425.900
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>1.057.807.250</b>

## ProChile a Tu Medida

Este programa fue creado para mejorar la competitividad, fortalecer y acelerar la participación, fundamentalmente, de las Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (PYMEX) en el mercado internacional.

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

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

- Etapa 1: en una primera instancia (6 meses) se facilitará a las empresas horas de asesoramiento personalizado (mentorías) en materias relativas a la internacionalización, y en otros ámbitos más específicos, dirigidos a mejorar su competitividad internacional y desarrollar el Plan de Crecimiento Exportador. En esta etapa, se contemplan sesiones de directorio (público-privado) para revisar los avances de la empresa.
- Etapa 2: luego, en una segunda etapa (12 a 24 meses), se ejecutarán las acciones de promoción contenidas en el Plan con un cofinanciamiento público asociado para ello y el apoyo de las más de 56 Oficinas Comerciales. Se espera que el diseño conjunto del Plan se traduzca en iniciativas exitosas y de impacto, además de propender a un uso eficiente de los recursos públicos.

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

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

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

## Marcas Sectoriales

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

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

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

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

## Imagen de Chile

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

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

Adicionalmente, de manera institucional ProChile busca apoyar y contribuir al posicionamiento de la imagen de

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

## Campañas Digitales

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

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

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

## Unboxing

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

- México: En el Encuentro de Negocios México se realizaron actividades de promoción de diferentes sectores: alimentos, productos del mar y destilados.

- Japón: Se realizaron promociones en puntos de venta, enfocados en marketing offline.
- China: Uno de los focos de nuestra campaña de marketing offline y online fue en las principales plataformas digitales de China, durante ChileWeek, contemplando Cooking Show, influencers y transmisión de nuestra oferta exportable a través de live streaming en cada una de las oficinas.
- Taiwán: Campaña de marketing digital con el objetivo de posicionar a Chile y su oferta exportable de alimentos con la ampliación de líderes de opinión en redes sociales utilizadas en el mercado.
- India: Actividad de promoción de nueces con influencers y degustación de frutos secos enfocado en importadores locales, además de cooking show durante la visita del director general.
- Estados Unidos: Durante la celebración de los 200 años de relaciones diplomáticas se promocionaron los productos chilenos a través de la entrega de Unboxing Chile en las oficinas de Nueva York y Los Ángeles.
- Brasil: Actividad de promoción Encuentro Chile Brasil realizada para mercado foco, donde se realizaron muestras de la oferta exportable a través de catas y cooking show.
- Cuba: Se realizaron varias acciones de promoción con especialistas gastronómicos y aliados del canal HORECA para incentivar el consumo de productos chilenos. La actividad contempló concursos, envío de cajas con productos, además de dar a conocer con bartenders recetas en redes sociales.

## eCommerce

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

En este sentido ProChile, ofrece un apoyo integral a las empresas chilenas que buscan expandir sus horizontes en el ámbito internacional. Con un enfoque en la exportación segura y sostenible en el tiempo, el programa se fundamenta en la preparación exhaustiva de las empresas, proporcionando una variedad de recursos que van desde

cursos especializados hasta sesiones de coaching y charlas informativas, abarcando las diversas dimensiones del eCommerce internacional.

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

También se realizó el curso de eCommerce Internacional con el objetivo de promover las exportaciones en eCommerce y capacitar a las empresas interesadas, a través de 10 sesiones virtuales junto a expertos del ecosistema que abordaron tendencias, aspectos técnicos y estratégicos necesarios para exportar a través de canales digitales. Esta actividad contó con la participación de 76 empresas, con un 89% de Mipymes, quienes describieron el curso como una muy buena experiencia, útil, estructurado y coherente.

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

Por otro lado, para posicionar la oferta y desarrollar mercados internacionales, se generaron iniciativas y programas específicos que brindan un acompañamiento personalizado y promociones de marketing, como lo es el caso del “Programa eCommerce Crossborder a Estados Unidos para moda, diseño y artesanías” donde 15 empresas fueron asesoradas y acompañadas en la definición de sus estrategias de marketing para ingresar en distintos marketplaces como Ebay, Amazon, Faire, entre otros, bajo

la modalidad Crossborder al mercado de Estados Unidos. De manera similar, se realizaron 2 actividades con foco en el mercado chino, “Promoción de alimentos en Tmall” y “Posicionamiento de viñas lideradas por mujeres” para el marketplace JD.com, y por último el “Pabellón eCommerce de Chile en India” con la creación de un pabellón nacional en el marketplace Big Basket – la empresa más relevante de eCommerce para alimentos en India – donde se lanzó una campaña de promoción de fruta fresca y deshidratada.

Para el 2023 se trabajó con 227 empresas usuarias de ProChile, de las cuales 49 son exportadoras, lideran empresas de los sectores de agroalimentos con un 38%, seguido de Industrias Creativas con un 25% y en cuanto al tamaño con un 53% fueron empresas de tamaño grande y 37% Pyme.

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

ProChile ha asumido el compromiso de brindar orientación, formación y apoyo integral a las empresas chilenas a lo largo de su proceso de internacionalización en los principales canales digitales. El objetivo es claro: consolidar la presencia de las empresas chilenas a nivel mundial, aportando al logro sostenible de su éxito en el entorno competitivo del eCommerce internacional.

### Atracción de inversiones

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

- Para efectos de operativizar la Estrategia de Fomento y Promoción de la Inversión Extranjera - InvestChile y ProChile, han suscrito convenios anuales de transferencia

de recursos, que permiten la instalación, funcionamiento y operación de las agregadurías de inversión. Las agregadurías de inversión son un primer eslabón que contribuye a insertar a Chile en los ecosistemas locales de los mercados definidos a partir de la estrategia, identificando nuevas oportunidades de inversión, aumentando la cartera de proyectos y generando redes de contacto y alianzas de largo plazo para la atracción de inversión extranjera directa. El año 2023, se sumaron a las agregadurías de Tokio (Japón), Washington (Estados Unidos) y Berlín (Alemania), las agregadurías de París (Francia), Roma (Italia) y Ottawa (Canadá), cuya misión es la de contactar a los inversionistas priorizados en los mercados en que se desempeñen y generar visitas a Chile de parte de estos.

- Diseñamos un plan de trabajo colaborativo entre la Red Internacional de InvestChile y la Dirección Internacional de ProChile, que conllevó a un calendario de capacitaciones dictado por los ejecutivos sectoriales de InvestChile, a las oficinas comerciales de ProChile, en temáticas generales de inversión, y capacitaciones con foco en sectores priorizados según el Comité de Ministros para la Promoción y Fomento de la Inversión Extranjera Directa.
- Se trabajó en la prospección y posterior ejecución de actividades y eventos conjuntos, en donde confluyeron temáticas de promoción de exportaciones e inversiones, tales como la Gira Presidencial en Europa, Gira Presidencial en China y ChileWeek, el Encuentro Empresarial Chile – Brasil, entre otros.

### Convenios para el Desarrollo del Comercio

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

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

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

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

### Participación en Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023

Como resultado de la consulta al COSOC y en base a reuniones donde se consensuó el tipo de participación de ProChile en los Juegos Panamericanos Santiago 2023, se definieron dos acciones principales en la que nos enfocáramos a nivel institucional:

#### #CuboDeChile en Villa Panamericana y Parapanamericana:

ProChile, junto a la Fundación Imagen de Chile, gestionaron la presencia de Chile en la Villa Panamericana a través de la instalación de un cubo con la marca país, que sirvió para realizar activaciones de promoción país y su oferta exportable por parte de las Oficinas Regionales, Gremios y Empresas, durante los más de 40 días que duraron los juegos. El Cubo de Chile estuvo ubicado en la zona Internacional de la Villa, junto a la carpa de prensa acreditada, lo que dio gran visibilidad mostrando a los deportistas, prensa y delegaciones internacionales lo mejor de la oferta exportable de bienes y servicios de Chile. En este contexto se realizó lo siguiente:

- 21 activaciones (durante los Panamericanos y Parapanamericanos)
- Principales sectores y productos:
  - Agro&Alimentos: Frutos secos y deshidratados, Fruta fresca, Aceite de Oliva, Innovación Alimentaria, alimentos preparados, apícola.
  - Industrias 4.0: Laboratorios
  - Industrias Creativas: Música

- Servicios: Realidad Aumentada
- Participación de 2 Oficinas Regionales (Coquimbo y Valparaíso).
- Tipos de activaciones:
  - Degustaciones
  - Entrega de muestras
  - Dj
  - Concursos
  - Cámara 360
  - Grupo de danza Rapanui
  - Guitarrista de Valparaíso
  - Masajes a cargo de un kinesiólogo
  - Realidad aumentada con experiencia turística inmersiva.

#### #UnboxingChile a Embajadores deportivos de Santiago 2023.

Para amplificar las acciones de promoción de Chile, se realizó una activación de #UnboxingChile entregando cajas bajo esta campaña a embajadores, deportistas y delegaciones deportivas de Santiago 2023. Esta caja incluyó productos de la oferta exportable con foco saludable y deportivo.

La caja fue donada por la CENEM – Centro de Envases y Embalajes de Chile, gremio usuario de ProChile. La caja contó con más de 30 productos donados por empresas exportadoras usuarias de ProChile, la mayoría de ellas Pymes, que vieron en este evento, una forma de poder difundir sus productos en Chile y el mundo. Las entidades participantes fueron:

- Centro de Envases y Embalajes de Chile – Cenem
- Cámara Nacional de Laboratorios Farmacéuticos A.G (Milab; FQP; Labprater; Knop; Opko)
- ASOEX (Frutas de Chile)
- ChileNuts

- Chile Prunes
- Transforma Alimentos (Del Moli)
- Chile Oliva
- Chile Pork
- Industrias Creativas de ProChile
- Sernatur
- ChileMúsica

través de la plataforma Centro Digital del Conocimiento (CDC), desarrollada especialmente para entregar información estratégica mundial.

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

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

Durante el 2023 se elaboraron 118 publicaciones de estudios, los cuales, sumados a los estudios anteriores, tuvieron 5.766 visitas mensuales en promedio y 922 informes descargados mensualmente en promedio.

## 4. Información Comercial

### Centro Digital del Conocimiento

ProChile en su labor de promover las exportaciones, pone a disposición de las empresas nacionales información y contenidos relacionados con el comercio internacional, a

Zona geográfica	Sectoriales	Transversales	Claves para hacer negocios	Total
América	27	11	14	52
Asia y Oceanía	21	1	10	32
Europa, África Y Medio Oriente	20	3	11	34
Total	68	15	35	118

## 5. Capacitación

### Capacitación y Formación

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

En el Programa de Capacitación a Empresas, se diseñaron y ejecutaron 15 actividades que totalizaron 39 sesiones en las que se registraron 1.640 participantes de 641 empresas, aumentando en un 54% el número de empresas

participantes respecto al 2022. Entre los talleres y ciclos de talleres que se ejecutaron se encuentran: Exportación de Bienes y logística, Innovación, Certificación de Origen y Propiedad Intelectual.

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

En esta plataforma se desarrollaron 15 cursos en modalidad asincrónico y sincrónicos y 2 diplomados. Entre los cursos impartidos durante el 2023, destacan: Plan de Negocios

para la Internacionalización, Fijación de Precios Internacionales, Inteligencia de mercados y Marketing y Ventas. Además, se implementaron los Diplomados en Innovación y Transformación Digital y el Diplomado en Estrategias de Internacionalización. Durante el 2023 participaron un total de 1.131 estudiantes en el Aula Virtual, totalizando 487 horas pedagógicas de formación e-Learning.

## 6. Certificación de Origen

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

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 con el Reino Unido y el Tratado con los países del EFTA (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein).

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

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

La constante búsqueda de acciones que faciliten y simplifiquen el proceso de exportación, ha permitido a las empresas exportadoras obtener a través de ProChile la calidad de Exportador Autorizado y así eximirse de la obligación de tramitar un certificado EUR1 ante los organismos competentes. Esto permite autocertificar el origen de la mercancía a través de la Declaración en Factura, generando mediante la autogestión un ahorro de recursos y optimización de tiempo para acceder a preferencia arancelaria en destino. En 2023, se integraron 29 empresas como Exportador Autorizado, alcanzando más de 145 beneficiadas a la fecha.

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

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

Adicionalmente, durante noviembre, ProChile participó como patrocinador en la Tercera Conferencia Anual de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), realizada en la ciudad de Santiago y en la que se reunieron cerca de 500 expertos de 82 países, para dialogar acerca del futuro de las Reglas de Origen. En esta oportunidad, ProChile participó activamente con una ponencia técnica y difundió la tarea de

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Nº Certificados de Origen Emitidos	119.574	112.783	104.059	211.998	92.605
Nº Empresas con certificación ProChile	1.730	1.649	1.583	1.494	1.514

certificación de origen que la institución realiza en nuestro país, en conjunto con organismos asociados.

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

## 7. Mejora Continua

### Atención Usuaría

Avanzar en prácticas que permitan mejorar la gestión institucional y entregar un servicio de calidad a las/os usuarias/os, se convirtió en un tema prioritario para ProChile en 2023.

Poner al usuario al centro de la labor institucional surgió como un aspecto central para ofrecer un servicio acorde a los estándares que exige la modernización, transformación e innovación en el Estado, coincidiendo también con la incorporación de esta materia dentro del Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG) de los Servicios Públicos.

En septiembre de 2023 se creó el nuevo Subdepartamento de Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas, del que dependen la Sección Gestión de Clientes, y la Sección de Análisis y Diseño de Nuevos Instrumentos. La primera está a cargo de generar una política de calidad de servicio y un plan de mejoramiento de la atención a los usuarios de ProChile, dentro y fuera del país, con el objetivo de entregar un servicio estándar, oportuno, cercano, confiable y de calidad. La segunda, en tanto, tiene como misión desarrollar metodologías que permitan medir el impacto de los instrumentos que dispone ProChile para la internacionalización de las empresas chilenas, y entregar nuevas propuestas de actividades, herramientas o programas acorde a los objetivos institucionales y el grado de madurez exportadora de las empresas usuarias.

Dentro de los resultados alcanzados en 2023 en esta materia se encuentran:

- Creación de un Protocolo de Atención que ayudará a estandarizar el servicio que entrega la institución a todos sus usuarios y usuarias. Se trata de un manual que establece pautas claras para actuar coordinadamente y ofrecer respuestas oportunas, conforme al nivel esperado de una institución como ProChile.
- Coordinación y ejecución de las acciones solicitadas en el marco del nuevo Sistema de Calidad del Servicio y Experiencia Usuaría (PMG). Es decir, ejecutar los 12 requisitos técnicos de la Etapa 1 de este PMG, incluyendo la creación y coordinación de un Comité de Calidad del Servicio y Experiencia Usuaría, encargado de organizar una actividad de concientización y realizar un informe diagnóstico sobre las fortalezas, debilidades, riesgos, puntos críticos y ámbitos prioritarios de trabajo de ProChile en esta materia.
- Asumir las funciones del Centro de Ayuda, diseñado para ofrecer una atención rápida y eficiente a las consultas que los usuarios formulan, sin la necesidad de contactar en primera instancia a un profesional de ProChile. Esta unidad tiene como meta responder, al menos el 75% de las consultas recibidas en un plazo menor o igual a 4 días hábiles. En 2023, la meta fue superada con un 88,7%, correspondiente a 1.484 preguntas atendidas dentro del plazo otorgado.
- Desarrollo de encuestas y levantamiento de resultados, con el propósito de estandarizar las mediciones de satisfacción de las empresas usuarias participantes en eventos tales como Ruedas de Negocios y Enexpro, y entrega de informe con los principales hallazgos a los organizadores de cada actividad, de manera que esta información contribuya a la toma de decisiones futuras.

### ProChile Digital

En un contexto marcado por la acelerada modernización digital, mantenerse actualizado y avanzar constantemente hacia la modernización, es una exigencia por parte de nuestros usuarios y usuarias. Es por ello que en los últimos años ProChile ha priorizado la implementación y mejora continua de una amplia gama de herramientas digitales, diseñadas para adaptarse a las necesidades cambiantes de nuestros stakeholders, algunas de las cuales van en directo beneficio de nuestros usuarios y otras apuntan a mejorar la gestión de ProChile.

Como parte de nuestra estrategia digital, hemos establecido cinco focos digitales institucionales, complementados por acciones transversales de difusión y comunicación de iniciativas tanto internas (equipo ProChile) como externas (usuarios). Esta estructura nos permite garantizar una alineación estratégica y una comunicación efectiva en todos los niveles de la organización.

Entre las herramientas digitales que son de cara a nuestros usuarios tenemos:

- **Centro de Ayuda (CDA):** Otorga a los usuarios el servicio de apoyo a sus consultas en 3 niveles usando la tecnología de la herramienta de ticketing, considerando autoatención (Base de Conocimiento), atención de la unidad de servicio al cliente.
- **Sitio Web de ProChile:** perfilado para dos tipos de usuarios (exportadores chilenos y compradores internacionales), con una organización y jerarquización de contenidos que permite a los usuarios acceder a la información de forma fácil e intuitiva.
- **Centro Digital del Conocimiento (CDC):** biblioteca digital organizada de contenidos de utilidad para la comunidad de usuarios de ProChile y ciudadanía, permitiendo gestionar y difundir el conocimiento institucional.
- **Aula Virtual:** plataforma de formación virtual con contenidos especializados que permite acelerar las capacidades en gestión internacional de nuestros clientes a través de cursos de e-learning y acceso a todo el material y herramientas de capacitación.
- **Fichas Estratégicas:** Informes interactivos en Power BI con información estructurada sobre exportaciones regionales, mercado, asociaciones gremiales y prensa, así como de gestión institucional.
- **One Click Import:** herramienta que tiene como objetivo aumentar las exportaciones y diversificación de mercado de nuestros Usuarios a través de la promoción proactiva de nuestra oferta, junto a la digitalización de la gestión interna, reduciendo tiempos de respuesta al importador.

Las herramientas que tienen como objetivo modernizar nuestra gestión interna institucional, permitiendo entregar un mejor servicio son:

- **CRM 365:** La implementación de este sistema ha modernizado la gestión interna de ProChile, permitiéndonos

ofrecer un servicio más personalizado a nuestros usuarios y potenciales clientes.

- **Datacom:** Es una herramienta que está conectada a nuestro data warehouse institucional y que permite la visualización de datos de exportaciones e importaciones de forma integrada, con actualización dinámica y con un enfoque rápido e intuitivo, generando información personalizada en diversos formatos, aportando a una mejor toma de decisiones y una óptima asesoría a usuarios externos.
- **Cero Papel:** Se implementó un sistema de generación de documentos y administración de flujos documentales que permite la digitalización de memorándums, oficios, cartas, resoluciones, solicitudes de comisión de servicio, entre otros.
- **Portal ProChile Digital:** Dar a conocer, facilitar e incentivar el uso de herramientas digitales a los funcionarios de ProChile, permitiendo acotar la brecha digital con acceso información en forma centralizada.

Las métricas obtenidas a través de estas herramientas digitales desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones estratégicas. La información recopilada nos brinda una visión detallada del comportamiento y las preferencias de nuestros usuarios, permitiéndonos ajustar nuestras estrategias y acciones de manera más precisa y efectiva, mediante el uso de metodologías ágiles centradas en la mejora continua y la escalabilidad. Esto se traduce en una rápida adaptación a los desafíos del entorno digital y una mayor eficiencia en la entrega de soluciones.

Los principales hitos del año 2023 son los siguientes:

- **Puesta en marcha de nuestro CRM 365:** La implementación de este sistema ha modernizado la gestión interna de ProChile, permitiéndonos ofrecer un servicio más personalizado a nuestros usuarios y potenciales usuarios.
- **Desarrollo del Portal ProChile Digital:** Representa un hito significativo en nuestra estrategia de transformación digital. Este portal interno ha sido diseñado con el propósito de centralizar la gestión de nuestras iniciativas digitales y proporcionar a nuestros colaboradores un acceso rápido y sencillo a información relevante en materia digital. Al facilitar e incentivar el uso de herramientas digitales entre nuestro personal, estamos reduciendo la brecha digital y fomentando una cultura organizacional más tecnológica y colaborativa.

- **Avances en la implementación de Ley de Transformación Digital (Ley N°21.180):** Se progresó significativamente en la implementación de la Ley de Transformación Digital (Ley N°21.180), alcanzando un hito fundamental: la identificación de todos nuestros procedimientos administrativos. Este proceso nos ha brindado una visión integral de las operaciones, identificando áreas de oportunidad para la modernización y digitalización de nuestros servicios, lo que nos permitirá ofrecer una experiencia mejorada y más eficiente a nuestros usuarios y usuarias.
- **Modernización de la inteligencia de mercados desarrollada en ProChile:** Se creó un equipo altamente capacitado, el cual se formalizó a nivel institucional como Subdepartamento Inteligencia de Mercados y está dedicado a la generación de información estratégica de alta calidad, que respalda nuestras decisiones comerciales y nos permite desarrollar nuevos productos digitales para ofrecer un servicio aún más moderno y eficiente a nuestros clientes.
- **Plan gestión del cambio en ProChile:** fue implementado un plan de gestión del cambio con el fin de asegurar una transición exitosa en nuestros procesos de modernización y transformación. Este plan está diseñado para facilitar la adopción de nuevas tecnologías y prácticas dentro de la organización, garantizando así una integración fluida y efectiva de las iniciativas de cambio.

En resumen, la transformación digital en ProChile no solo es un proceso continuo, sino también una prioridad estratégica. Estamos comprometidos a seguir innovando y adaptándonos a los desafíos del entorno digital, con el objetivo de ofrecer un servicio de excelencia y contribuir al desarrollo de nuestro país.

## 8. Resultados

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

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

Del total de empresas usuarias en 2023, el 31% fueron exportadores continuos, 24% exportaron de forma intermitente e incipiente, y finalmente el 45% de los usuarios no exportó en los últimos 3 años (permanencia exportadora).

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

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

- El 63% pertenece al macrosector de Agroalimentos, seguido de un 18% para Industrias 4.0, 14% Servicios y 5% Industrias Creativas.
- El 44% corresponde a empresas de tamaño Pymex, y el 41% a empresas de tamaño Grande, y 10% Micro.
- El 45% de las empresas usuarias exportadoras pertenecen a la Región Metropolitana, seguida de Valparaíso con un 9% y Maule con un 8%.
- Los principales mercados de exportación de las empresas usuarias de ProChile fueron: 23% China, 22% Estados Unidos, 8% Japón, 7% Brasil y 4% México.

De forma paralela, también se pudo medir durante el 2023, indicadores de monitoreo con énfasis en los lineamientos institucionales como: Permanencia exportadora de los usuarios ProChile, es decir empresas que exportaron de forma intermitente lo hacen de forma continua durante el año 2023, como también la transformación exportadora, donde empresas usuarias ProChile no exportadoras, lograron exportar por primera vez durante el año 2023 y empresas usuarias que diversificaron mercados de exportación, con énfasis en Latinoamérica.

# INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

La Dirección General de Promoción de Exportaciones - ProChile es la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores que promueve la oferta de bienes y servicios chilenos en el mundo. Gracias a nuestra amplia red internacional, apoyamos también en coordinación con las instancias del Estado pertinentes, la difusión de las oportunidades para invertir en Chile y fomentamos el turismo.

## Misión

Promover la internacionalización de las empresas chilenas, a través de acciones de promoción de bienes y servicios, junto con el apoyo de la atracción de la inversión extranjera, el turismo y el fortalecimiento de la imagen país.

## Visión

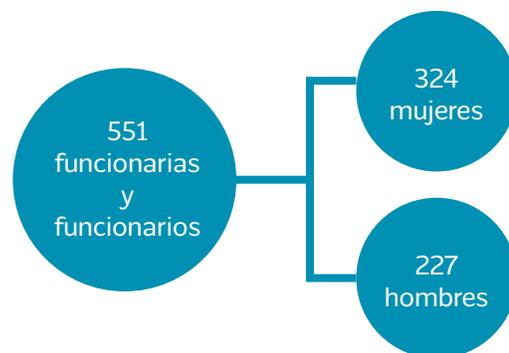
Ser el organismo público líder y de vanguardia que apoya la internacionalización de las empresas chilenas.

## Estrategia Institucional

La estrategia de ProChile está orientada al cumplimiento de la misión institucional. Para ello se han definido 3 lineamientos estratégicos: Pymes; Diversificación de Mercados y Promoción de proveedores globales que apoyan el logro de los objetivos y metas. Los usuarios de ProChile se encuentran en el centro de la estrategia institucional, buscando desarrollar una oferta exportable regionalizada y competitiva, con mayor valor agregado, a través de una gestión más sostenible e incorporando elementos de inclusión, como es el trabajo con empresas lideradas por mujeres y pueblos originarios. Asimismo, buscamos incrementar nuestro comercio intrarregional para impulsar las exportaciones, y con ello contribuir a la reactivación económica, la generación de ingresos y empleo.

## Equipo

La dotación de funcionarios(as) de ProChile a nivel central, regional y red externa suma a 512 personas entre los distintos estamentos directivos, profesionales, técnicos y administrativos, incluyendo la calidad jurídica de planta, contrata y honorarios.



Quienes están desagregados geográficamente como se indica:



Prochile está presente a nivel nacional con 16 oficinas ubicadas en cada capital regional más las oficinas ubicadas en el nivel central. Además la red externa de oficinas ubicadas alrededor del mundo suma un total de 54.

## Focos

**BENEFICIARIOS:**

Empresas exportadoras con foco en las micro, pequeñas y medianas (MIPyMEX)

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

Autoridades en el año 2023

Cargo	Nombre
<b>Director General</b>	Ignacio Fernández Ruiz.
<b>Directora de Asuntos Jurídicos</b>	Paulina Valderrama Aravena.
<b>Directora Nacional</b>	María Lorena Sepúlveda Villa.
<b>Director Administrativo</b>	Sebastián Fernández Friedli.
<b>Director Administrativo (S)</b>	Leonardo Banda Maldonado.
<b>Jefa Departamento Dirección Internacional</b>	Natalia Arcos Pino.
<b>Jefa Departamento Dirección de Marketing y Eventos</b>	María Julia Riquelme Alvear.
<b>Jefa Departamento de Comunicaciones Estratégicas</b>	María José Hernández Alcaino.
<b>Jefe Departamento Dirección de Desarrollo Estratégico</b>	Felipe Opazo Araya.

**Certificaciones y Programas:**

- Norma NCh 3262: Luego de la auditoría realizada por la empresa Applus en diciembre de 2023, aprobamos por un año más la certificación de la Norma NCh 3262:2021 de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal. Y no sólo eso, sino que en esta oportunidad logramos ampliar nuestra certificación a 22 Oficinas Comerciales en el exterior.

Esto es un importante avance en nuestro interés por generar ambientes laborales que promuevan la igualdad de oportunidades, la equidad de género y la conciliación de los distintos ámbitos de nuestras vidas. A su vez, constituye un hecho inédito en la certificación nacional, ya que no existe otra experiencia previa de certificación de sitios en el exterior a esta escala, tanto en empresas privadas como en Instituciones Públicas.

- Aplicación de la Encuesta Building Happiness by Buk: Nuestra red nacional e internacional de funcionarias y funcionarios de ProChile es central para que la labor de nuestra institución sea exitosa. Es por esto por lo que en mayo de 2023 aplicamos la encuesta Building Happiness a todo nuestro personal, siendo la única institución pública en participar.

Esta medición está en línea con las nuevas tendencias en gestión de personas, relevando la importancia del bienestar integral (físico y psicológico), la flexibilidad, la diversidad e inclusión y la sostenibilidad, entre otros temas.

A partir de los resultados de esta encuesta, nos fijamos cuatro focos de trabajo: vinculación con las oficinas comerciales, bienestar, liderazgo y comunicaciones internas, en los que hemos estado trabajando en un afán por mejorar la calidad de vida laboral del equipo ProChile.

**Gestión de Riesgo de Desastres y Emergencias**

En este ámbito durante el año 2023 se realizó actualización y capacitación de coordinadores de emergencia.

**Programa de Seguridad Laboral**

Contamos con un Programa institucional, el cual es revisado y actualizado anualmente para establecer las actividades cuya ejecución están a cargo de la prevencionista de riesgos y del Departamento Gestión de Personas. El año 2023 se realizaron todas las actividades programadas tanto las que implicaban recursos como aquellas que no significaban recursos económicos.

**Resultados de Metas de Gestión 2023**

Durante 2023 los Compromisos Gubernamentales de ProChile fueron:

- Incentivar la realización de acuerdos estratégicos entre empresas de la región y los encadenamientos productivos.

El Servicio desarrolló la actividad planificada, ejecutando el 100%.

Actividad realizada: Promover los encadenamientos productivos con países latinoamericanos haciendo foco en Centroamérica, posibilitando las cadenas de suministros bidireccionalmente entre Chile-Honduras y Chile-El Salvador.

En cuanto al cumplimiento instrumentos de gestión, el resultado fue:

- Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG): 90%
- Convenio de Desempeño Colectivo (CDC): 100%
- Convenio de Desempeño Institucional (CDI): 98%

## Sostenibilidad

### Política de Sostenibilidad

Desde la declaración de nuestra Política de Sostenibilidad en octubre de 2021, Prochile aspira a ser un servicio público moderno y sostenible al 2030, y para ello, aborda la sostenibilidad desde dos dimensiones y basa sus acciones en 5 pilares estratégicos:

- **Sostenibilidad en ProChile**

“Instalar una cultura interna alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que destaque a ProChile como institución líder en su gestión sostenible”

- **Sostenibilidad en el ecosistema internacional:**

“Promover una oferta exportable, que posicione a Chile como socio estratégico en el logro de un desarrollo sostenible.”



- Empresa Consciente
- Gobernanza Sostenible
- Formación y Sensibilización
- Comercio Sostenible
- Conducta Responsable

Basados en estos compromisos nos adherimos al programa de Acreditación Estado Verde y, hoy en día a través del PMG Sistema Estado Verde, la institución y sus funcionarios/as abordan con acciones concretas la sostenibilidad en la gestión ambiental.

### Programa Acreditación Estado Verde

El Ministerio de Medio Ambiente, a través del programa de acreditación en gestión ambiental institucional invita de manera voluntaria al sector público y privado, a incorporar buenas prácticas ambientales. El eje central es generar un cambio en la cultura ambiental, y que los colaboradores y colaboradoras sean activos participantes en el proceso, apoyando con medidas tan simples como apagar la luz, hasta el desarrollo de iniciativas que mejoren la eficiencia y disminuyan los impactos ambientales.

En julio de 2022 Prochile firma el convenio de cooperación para Acreditación Estado Verde. Lo anterior, implica abordar aspectos con criterios ambientales en la gestión institucional con el objeto de realizar un diagnóstico y plan anual de actividades de triple impacto ambiental, en un período de 18 meses. Para tal efecto, se constituye la gobernanza sostenible a través del Comité Oficina Verde representando a todas las direcciones y departamentos de la institución a nivel central para el logro de los objetivos. Fue así que el año 2023 la institución obtiene la Pre-Acreditación y compromete 26 acciones para obtener su acreditación con nivel de “excelencia”, lo que se concreta en marzo de 2024 siendo la cuarta institución pública en acreditarse con esta distinción.

Para el logro de los desafíos Prochile implementó:

- Uso Papel reciclado
- Punto limpio de reciclaje
- Proceso y trazabilidad de residuos reciclables
- Pesaje de residuo no reciclable (basura)
- Recambio de llaves por tecnología de ahorro energía
- Control encendido y apagado de equipos computacionales
- Política de Compras Sustentables
- Capacitaciones en temáticas ambientales
- Campañas de Concientización

### PMG Sistema Estado Verde

El año 2022 se aprueba el programa marco de los programas de mejoramiento de la gestión de los servicios públicos, lo que implica implementar progresivamente una gestión sustentable en los procesos administrativos y en los productos estratégicos de las Instituciones, con el fin de disminuir los impactos ambientales y contribuir a los compromisos asumidos por el Estado de Chile en materia de cambio climático.

Para el año 2023, Prochile suscribe como alcance territorial del programa a todas las oficinas regionales con quienes se trabajó directamente para detectar y diagnosticar la gestión en criterios ambientales para luego implementar mejoras en la reducción de impactos. Durante el año 2024 se suman al programa, por alcance territorial, las oficinas de Teatinos y San Martín, y de esta manera se abordan todas las instalaciones y sus funcionarios/as a nivel nacional.

### Presupuesto institucional

#### Ejecución Presupuestaria 2023

Programas sectoriales de ProChile financiados con presupuesto del MINREL 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.

El presupuesto de ProChile en 2023, según ley vigente, fue de MM\$ 47.674.-, La ejecución presupuestaria alcanzó un 95,92%, donde el gasto institucional consolidado en moneda nacional superó los MM\$ 45.728.-

#### Ejecución por tipo de Tipo de Gasto:

Gastos de operación		
Denominación presupuestaria	Total (En MM\$)	% Ejecución
Gastos en personal	\$24.310	97,22%
Bienes y servicios de consumo	\$3.744	91,36%
Prestaciones de seguridad social	\$273	100%
Transferencias corrientes	\$15.142	95,14%
Adquisición de activos no financieros	\$828	97,10%

Gastos de operación		
Denominación presupuestaria	Total (En MM\$)	% Ejecución
Íntegros al Fisco	\$854	89,94%
Otros Gastos Corrientes	\$57	99,17%
Servicio de la Deuda	\$520	99,65%

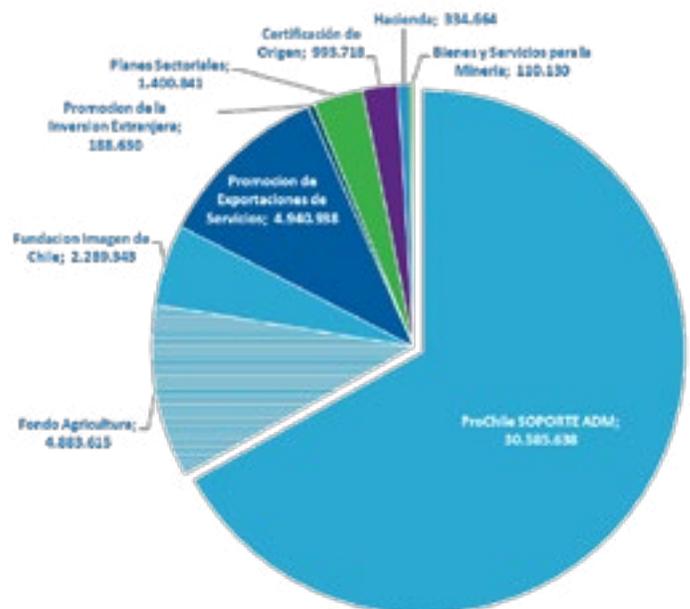
**Total ejecución 2023- Consolidada MM\$ 45.728 95,92%**

### Distribución Ejecución por Línea Programática - Consolidado en moneda nacional

(Tipo de cambio presupuestario \$868,20 para el año 2023)

Líneas Programáticas	Presupuesto		Variación		Gasto Devengado	Sub-Ejecución	
	Inicial	Vigente	M\$	%		M\$	%
	(1)	(2)	(3) = (2) - (1)	(4) = (3) / (1)		(6) = (2) - (5)	(7) = (6) / (2)
PROMOCION DE EXPORTACIONES	28.709.025	29.257.326	548.301	1,9%	28.275.942	981.384	3,4%
ProChile SOPORTE ADM	17.490.086	18.501.736	1.011.650	5,8%	17.973.742	527.994	2,9%
Fondo Agricultura	3.665.698	3.165.954	-499.744	-13,6%	3.076.981	88.973	2,8%
Fundación Imagen de Chile	2.289.343	2.289.343	-	0,0%	2.289.343	-	0,0%
Promoción de Exportaciones de Servicios	3.195.742	3.195.742	-	0,0%	2.938.276	257.466	8,1%
Promoción de la Inversión Extranjera	1.150	1.150	-	0,0%	772	378	32,9%
Planes Sectoriales	736.712	736.712	-	0,0%	668.446	68.266	9,3%
Certificación de Origen	977.374	1.013.769	36.395	3,7%	993.718	20.051	2,0%
Hacienda	352.920	352.920	-	0,0%	334.664	18.256	5,2%

Para el periodo presupuestario 2023, la Dirección General de Promoción de Exportaciones alcanzó una ejecución de **96,65%** en moneda nacional.

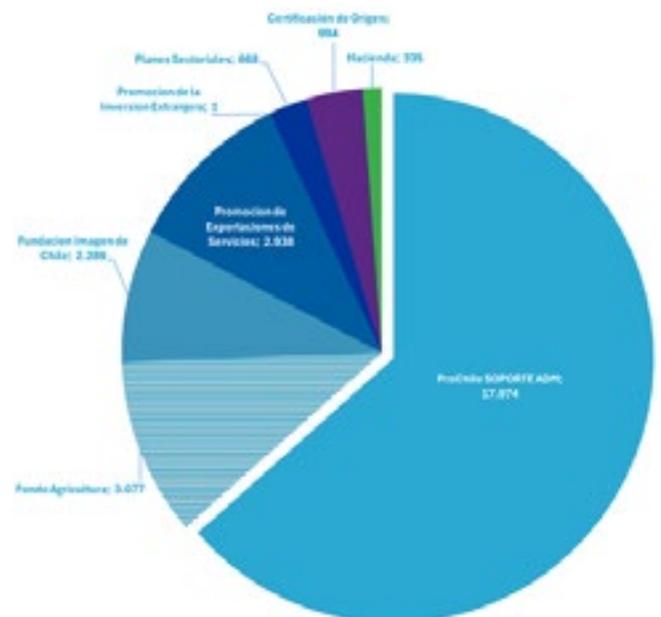


### Distribución Ejecución por Línea Programática - Consolidado en moneda nacional

(Tipo de cambio presupuestario \$868,20 para el año 2023)

Líneas Programáticas	Presupuesto		Variación		Gasto Devengado	Sub-Ejecución	
	Inicial	Vigente	M\$	%		M\$	%
	(1)	(2)	(3) = (2) - (1)	(4) = (3) / (1)	(5)	(6) = (2) - (5)	3,4%
PROMOCION DE EXPORTACIONES	28.709.025	29.257.326	548.301	1,9%	28.275.942	981.384	3,4%
ProChile SOPORTE ADM	17.490.086	18.501.736	1.011.650	5,8%	17.973.742	527.994	2,9%
Fondo Agricultura	3.665.698	3.165.954	-499.744	-13,6%	3.076.981	88.973	2,8%
Fundación Imagen de Chile	2.289.343	2.289.343	-	0,0%	2.289.343	-	0,0%
Promoción de Exportaciones de Servicios	3.195.742	3.195.742	-	0,0%	2.938.276	257.466	8,1%
Promoción de la Inversión Extranjera	1.150	1.150	-	0,0%	772	378	32,9%
Planes Sectoriales	736.712	736.712	-	0,0%	668.446	68.266	9,3%
Certificación de Origen	977.374	1.013.769	36.395	3,7%	993.718	20.051	2,0%
Hacienda	352.920	352.920	-	0,0%	334.664	18.256	5,2%

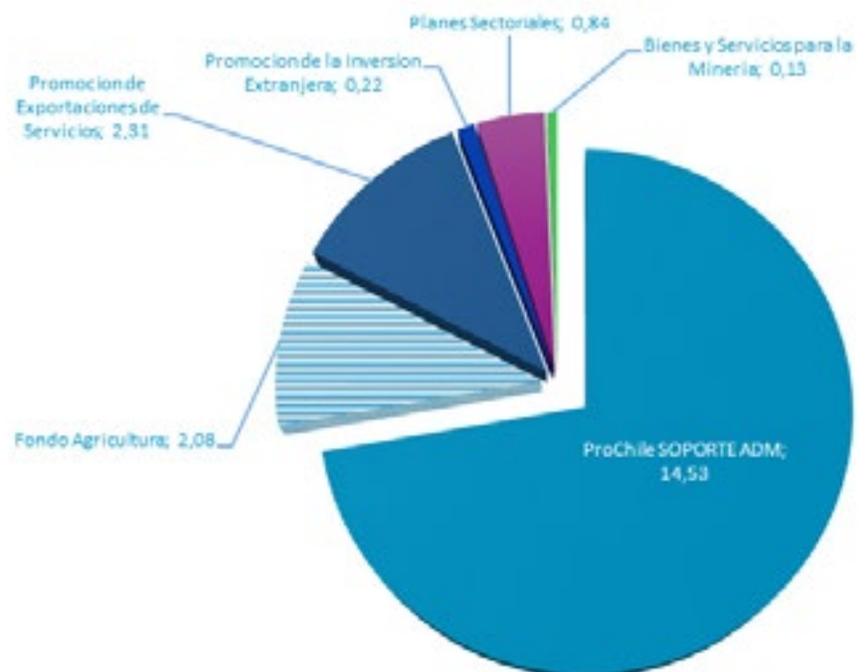
Para el periodo presupuestario 2023, la Dirección General de Promoción de Exportaciones alcanzó una ejecución de **96,65%** en moneda nacional.



**Ejecución Presupuestaria Moneda Extranjera (MUS\$)**

Líneas Programáticas	Presupuesto		Variación		Gasto Devengado	Sub-Ejecución	
	Inicial	Vigente	M\$	%		M\$	%
	(1)	(2)	(3) = (2)-(1)	(4) = (3) / (1)	(5)	(6) = (2)-(5)	(7) = (6) / (2)
	22.769	21.212	-1.557	-6,8%	20.101	1.111	5,2%
ProChile SOPORTE ADM	17.764	15.269	-2.495	-14,0%	14.526	743	4,9%
Fondo Agricultura	1.804	2.095	291	16,1%	2.081	14	0,7%
Promoción de Exportaciones de Servicios	1.950	2.570	620	31,8%	2.307	263	10,2%
Promoción de la Inversión Extranjera	318	285	-33	-10,4%	216	69	24,1%
Planes Sectoriales	805	865	60	7,5%	844	21	2,5%
Bienes y Servicios para la Minería	128	128	-	0,0%	127	1	0,9%

La Dirección General de Promoción de Exportaciones alcanzó una ejecución del 94,76% en moneda extranjera, cifra importante dado el escenario nacional e internacional que se desarrolló en los últimos tres años.



### Convenios celebrados con otras instituciones en 2023

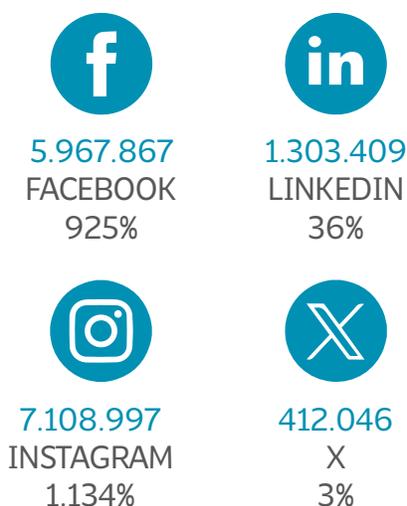
RESOLUCIÓN APROBATORIA	FECHA	INSTITUCIÓN	OBJETO DEL CONVENIO
12-01-2023	12-01-2023	GORE MAULE	Aprueba modificación de convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional del Maule y ProChile.
Resolución Exenta N°117	19-01-2023	ENAMI	Aprueba acuerdo de cooperación celebrado entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Empresa Nacional de Minería (ENAMI)
Resolución Exenta N°119	19-01-2023	SERNAGEOMIN	Aprueba modificación de acuerdo de cooperación entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones, ProChile, y el Servicio Nacional de Geología y Minería, Sernageomin
Resolución Exenta N°173	25-01-2023	COCHILCO	Aprueba acuerdo de cooperación celebrado entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Comisión Chilena del Cobre (COCHILCO)
Resolución Exenta N°216	31-01-2023	FUNDACIÓN CHILENA DE EFICIENCIA LOGISTICA	Aprueba convenio de colaboración estratégico entre ProChile y Fundación Chilena de Eficiencia Logística
Resolución Exenta N°217	31-01-2023	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA	Aprueba modificación de convenio entre la Subsecretaría de Agricultura y la Dirección General de Promoción de Exportaciones, para la transferencia de recursos establecidos en la Ley de presupuestos del año 2022
Resolución Afecta N°03	03-03-2023	FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE	Aprueba convenio entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Fundación Imagen de Chile
Resolución Exenta N°563	24-03-2023	MINISTERIO DE HACIENDA	Aprueba convenio de ejecución entre la Secretaría y Administración General del Ministerio de Hacienda y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Resolución Exenta N°694	06-04-2023	CORPORACIÓN XIX JUEGOS PANAMERICANOS SANTIAGO 2023	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Corporación XIX Juegos Panamericanos Santiago 2023
Resolución Exenta N°01111	19-05-2023	ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE	Aprueba convenio de colaboración entre la Asociación Gremial de Vinos de Chile y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Resolución Exenta N°1166	24-05-2023	CAMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO F.G.N.	Aprueba convenio de colaboración entre Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile F.G.N.
Resolución Exenta N°1195	26-05-2023	ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES, E.P.E.	Aprueba Memorándum de Entendimiento entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones e ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.
Resolución Exenta N°1330	07-06-2023	ACUERDO DE COOPERACIÓN Y TRANSFERENCIA DE RECURSOS ENTRE CON LA SUBSECRETARÍA DE MINERÍA	Aprueba acuerdo de cooperación y transferencia de recursos entre la Subsecretaría de Minería y la Dirección General de Promoción de Exportaciones
Resolución Exenta N°1444	15-06-2023	CONVENIO TRANSFERENCIA Y GESTIÓN DE RECURSOS ENTRE PROCHILE Y EL MINISTERIO DE AGRICULTURA	Designa contrapartes técnicas, financiera y de gestión, para convenio de transferencia de recursos entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Subsecretaría de Agricultura año 2023
Resolución Exenta N°2521	22-09-2023	CONVENIO CON LA AUTORIDAD PARA LA ATRACCIÓN DE INVERSIONES Y LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE PANAMÁ.	Aprueba Memorándum de Entendimiento entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Autoridad para la Atracción de Inversiones y la Promoción de Exportaciones de Panamá
Resolución Exenta N°2578	21-10-2022	CONVENIO ENTRE PROCHILE Y SWITZERLAND GLOVAL ENTERPRISE (S-GE)	Aprueba memorando de entendimiento entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Switzerland Global Enterprise (S-GE)
Resolución Exenta N°3296	14-11-2023	CONVENIO DE COLABORACIÓN PROCHILE Y PARQUE CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO DE BIOCENCIAS LTDA.	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Parque Científico Y Tecnológico De Biociencias Ltda.
Resolución Exenta N°3471	27-11-2023	CONVENIO PROCHILE Y EL CONSEJO CHINO PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL SUBCONSEJO DE BEIJING.	Aprueba acuerdo de cooperación entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y el Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional Subconsejo de Beijing

# INTERACCION CON LA CIUDADANÍA

## Redes Sociales

Otra fuente de contacto e interacción con las personas fue a través de las redes sociales, acción que se refleja en las siguientes cifras:

### Alcance en redes sociales (% de crecimiento respecto al 2022)



### Gestión de Medios (% de crecimiento respecto al 2022)



## Sitio web:

A través del sitio web institucional es posible mantener un contacto cercano y permanente con las personas interesadas en el quehacer institucional ya que es accesible para cualquier persona con conexión a internet, que lo visite por medio de un navegador web. es un recurso fundamental que facilita la entrega de información, la difusión de eventos organizados por ProChile así como las convocatorias a los programas y actividades entre otra información de interés del sector exportador nacional.

La actividad del sitio durante el año 2023 en cifras fue la siguiente:

## Sistema de Atención de Usuarios

### Estadísticas de acceso al portal [www.prochile.gob.cl](http://www.prochile.gob.cl)

Visitantes	Número de visitantes que han hecho al menos una visita al sitio web	458.415
Visitas	Sesiones o visitas efectuadas al sitio de ProChile por los usuarios durante el periodo 2023.	1.431.130
Nuevas visitas	Sesiones efectuadas por visitantes que acceden al portal ProChile por primera vez	405.550
Páginas vistas	Cantidad de páginas vistas	1.431.130

Es un servicio digital disponible en el módulo Centro de Ayuda donde es posible revisar una amplia gama de temas sobre exportaciones y en la eventualidad de no encontrar lo requerido, enviar su requerimiento a través del formulario virtual publicado en este módulo. Este sistema tuvo la siguiente actividad resumida en las siguientes cifras:

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

## Sistema de Atención Ciudadana

Este sistema permite recepcionar requerimientos ciudadanos, ya sean consultas, felicitaciones, reclamos o sugerencias a través del Formulario virtual publicado en la sección Atención Ciudadana del sitio web institucional. En 2023 se recibieron 151 requerimientos los cuales fueron respondidos en su totalidad dentro del plazo establecido legalmente, siendo 2 días el tiempo promedio de respuesta.

## Ley de Transparencia

Durante el año 2023, ProChile recibió y atendió un total de 113 solicitudes de información por Ley de Transparencia. Del total de solicitudes respondidas durante 2023, 93 de ellas concluyeron en una respuesta de ProChile, lo que corresponde a un 82,30% y de ellas alrededor de un 50% fueron respondidas en un plazo igual o inferior a los 15 días.

En el ámbito de transparencia activa, el resultado de la fiscalización realizada por el Consejo para la Transparencia fue de 91,67 puntos, lo que refleja el nivel de cumplimiento en este contexto. Igualmente se trabajó en el ámbito de transparencia activa, en la capacitación y preparativos para implementar las nuevas disposiciones enfocadas en incrementar la información institucional publicada para conocimiento de las personas interesadas, de modo de cumplir oportunamente con las exigencias de la entidad fiscalizadora.

## Ley Lobby

La gestión realizada en ámbito de este marco normativo durante el año 2023, en cifras es el siguiente:

Registros	Número
Solicitudes de Audiencia Recibidas	190
Audiencias Publicadas	93
Viajes Publicados	428
Donativos Publicados	24

## Participación Ciudadana

Durante el año 2023 se actualizó la Norma General de Participación Ciudadana, de modo de dar cabida a aspectos establecidos en el instructivo presidencial emitido en el año 2022.

El Consejo de la Sociedad Civil de ProChile está conformado por 28 organizaciones de la sociedad civil, representantes de gremios vinculados al sector exportador. En este contexto es que se celebraron 5 reuniones donde se abordaron distintos temas institucionales, algunos de ellos fueron: Calidad del Servicio y Experiencia Usuaría en ProChile; La importancia de la inclusión en el ámbito exportador; Participación de ProChile en los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos y la alianza que hubo con los gremios para articular una presencia de la oferta exportable chilena atractiva en el marco de dicho evento.

Igualmente se realizó una consulta ciudadana en formato digital relacionada al programa Aula Virtual para detectar intereses de la ciudadanía sobre temas a abordar en este programa que busca capacitar a toda persona interesada en temas relacionados con las exportaciones e internacionalización de una empresa. Manteniendo el compromiso de efectuar las consultas ciudadanas como parte de los mecanismos que preservan una participación ciudadana efectiva, que incide en la acción institucional, que involucran impacto en el quehacer de las personas.

## ESTRATEGIA 2024

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

Lo anterior se abordará conforme los objetivos estratégicos y los lineamientos institucionales por lo que nuestra gestión incluirá al programa “Proveedores de Soluciones Globales”, que busca relevar la oferta chilena en torno a sectores en los que nuestro país goza de reconocimiento internacional, tales como agroalimentos, minería, acuícola, forestal y energías limpias y una nueva herramienta denominada “Exporta Más”, la cual contempla servicios de gestión directa y personalizada por parte de las oficinas regionales y comerciales de ProChile, enfocadas en el aumento de oportunidades comerciales en los mercados de destino. Esta nueva herramienta estará dirigida a empresas exportadoras permanentes o intermitentes, así como empresas no exportadoras “con alto potencial”, que no requieren cofinanciamiento por parte de la institución.

Además, en mercados claves para seguir potenciando la exportación de productos y servicios chilenos, durante este 2024 organizaremos cuatro actividades de alto impacto: Brasil, ChileWeek China, Encuentro LATAM en México e India.

También es importante destacar la realización de cuatro encuentros exportadores (ENEXPRO): Agregados Comerciales; Soluciones Globales; Servicios y Productos del Mar, a los que se suma una Semana de la Industria; el XIV Encuentro Binacional Chile-Perú.

Para el año 2024, en el marco de la presidencia pro tempore de Chile en la Alianza del Pacífico, la propuesta es incorporar a las diferentes actividades temas de comercio inclusivo (tanto en género como en tamaño de empresas) y comercio sostenible. Asimismo, también se considera promover la transformación digital de las pymes exportadoras de los países miembro de la Alianza del Pacífico, como medio para diversificar e incrementar las exportaciones del bloque, a través de acciones que promuevan su participación en canales de venta no tradicionales, como el comercio electrónico. Entre las acciones que se llevarán adelante destacan la realización de la Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico, actividad que espera reunir a cerca de 200 empresas de los cuatro países y que se realizará los días 2, 3 y 4 de julio en Santiago. Otro hito dentro del calendario será el Foro de Innovación y Emprendimiento LAB4+, iniciativa que se este año se realizará junto a la Corporación Emprende Tu Mente, ETM, del 21 al 23 de noviembre también en Santiago.

## Pilares de trabajo:

- **Pymes:** Pondremos acento en trabajar con empresas de tamaño Pequeñas y Medianas, para que exporten mayor volumen, valor y para que aquellas que aún no exportan lo hagan. Adicionalmente, trabajaremos con aquellas empresas que exportan en forma intermitente o recién comienzan a exportar, para que puedan realizar sus envíos en forma continua. También trabajaremos con aquellas empresas que aún no han exportado, pero específicamente con aquellas que reúnen las condiciones para internacionalizar su oferta. Para ello segmentaremos a estas empresas y los servicios que les entregaremos, buscando dar respuesta a sus necesidades de acuerdo a lo que cada grupo requiera.
- **Diversificación:** En ProChile, estamos comprometidos con el crecimiento y la expansión de las exportaciones chilenas, buscando que las empresas exporten a mercados que aún no lo han hecho. Esto incluye mercados en Asia, América del Norte, Europa y América Latina, aprovechando la amplia red de oficinas comerciales con que ProChile cuenta, y que han identificado potenciales compradores para que las empresas puedan llevar su oferta a más mercados.
- **Proveedores:** Alineados con la política de gobierno de expandir la base y la matriz exportadoras del país, queremos conocer a los proveedores que han permitido consolidarse a sectores exportadores y ser líderes a nivel mundial. Se trata de empresas que, han contribuido a que grandes industrias exportadoras chilenas puedan ser líderes a nivel mundial con sus productos como salmón, fruta fresca y vinos, entre otras. De hecho, las grandes industrias exportadoras nacionales, están sostenidas sobre una red de empresas proveedoras locales de bienes y servicios, una red de actores claves en la competitividad de cada una de ellas, aportando con innovación en los diversos procesos productivos involucrados.

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

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

activa y efectivamente para aumentar su presencia y permanencia en los mercados internacionales.

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

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

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

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

### Actividades principales de promoción 2024

Toda esta estrategia está sustentada en cerca de 400 actividades de promoción y gestión comercial en más de 40 mercados internacionales y en Chile:

- Participación en 49 ferias internacionales; la Semana de la Industria;
- XIV Encuentro Binacional Chile-Perú;
- Presidencia pro-tempore de la Alianza del Pacífico.
- Cuatro encuentros exportadores (ENEXPRO): Agregados Comerciales a inicios de año; Soluciones Globales; Servicios y Productos del Mar.

Además, se definieron cuatro actividades de alto impacto en mercados claves para seguir potenciando la exportación de productos y servicios chilenos:

- Encuentro de Negocios Chile-Brasil,
- ChileWeek China,
- Encuentro LATAM en México
- Encuentro de Negocios en India.

### Expo Osaka

Exposición Internacional que jugará un rol muy importante para las exportaciones chilenas ya que representa una oportunidad para presentar a Chile como un país sustentable, con compromiso férreo para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y ser un país carbono neutral el año 2050.

Chile participará con un Pabellón tipo B con una estructura de 300m<sup>2</sup> y será coordinada por Subrei y ProChile, quien creó una unidad especial denominada “Unidad Ejecutora Expo Osaka”.

La Comisionada General designada para para la Exposición Universal 2025 fue la Sra. Paulina Nazal Aranda cuya función será coordinar la intervención de Chile en la exposición, realizando alianzas público-privadas y potenciando la participación de Chile.

Lo hitos que se destacan para realizarse durante el año 2024 son:

- Enero – Diciembre:
  - Trabajo en las distintas Licitaciones de empresas chilenas y japonesas encargada de la Habilitación del Pabellón en Japón de la Supervisión e Inspección Técnica del Pabellón, de lo audiovisual en Japón, entre otras.
- Abril a Junio:
  - Trabajo de la Empresa CONSTRUCTO Ltda, encargada del Relato Expositivo, Arquitectura Interior y fachada del Pabellón
- Junio 2024
  - Participación en la reunión “IPM 2024 Summer & OSS Week”, a realizarse en Osaka y Nara, Japón. Esta reunión convoca a todos los Comisionados Generales de los más de 160 países participantes.
- Septiembre 2024:
  - Entrega a Chile del Pabellón para ser habilitad

## Principales acciones mejoramiento gestión interna

- **Carterización de usuarios**, la cual apunta a brindar un trabajo más personalizado con los usuarios ProChile, de manera de poder comprender mejor sus necesidades, generar oportunidades de negocio y seguimiento a los resultados obtenidos.
- **Implementación del programa Exporta Más**, que consiste en una serie de servicios de gestión directa y personalizada por parte de las oficinas regionales y comerciales de ProChile, enfocadas en el aumento de oportunidades comerciales en los mercados de destino. Este programa está dirigido a empresas exportadoras permanentes o intermitentes, así como empresas no exportadoras “con alto potencial”, que no requieren cofinanciamiento por parte de ProChile.

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

- Definir una Política de Calidad del Servicio de ProChile, en el marco de la Etapa 2 del PMG a cargo de este Subdepartamento.
- Diseñar un Plan anual de Mejoramiento de la Calidad de Servicio y Experiencia Usuaría, lo que implica:
  - Implementar un modelo de atención, con apoyo del protocolo de atención de usuarios y uso del sistema CRM 365.
  - Estandarizar procedimientos internos para atender y conocer la opinión de los usuarios:
    - Convocatorias (plazos);
    - Reclamos (canal único);
    - Encuestas de satisfacción (indicadores estandarizados para medir y comparar herramientas y así obtener retroalimentación para mejorar servicios y canales de atención).
  - Mejorar la interfaz de usuario en Centro de Ayuda.
  - Diseñar manual para atención de consultas e integración con el Departamento de Atención Ciudadana y Transparencia.
  - Sumar nuevos softwares que permitan implementar la omnicanalidad y convertir a la unidad en un área experta en comercio exterior.

# ANEXO: PREGUNTAS Y COMENTARIOS DE LA SOCIEDAD CIVIL

En esta sección se detalla el consolidado de observaciones y comentarios formulados por el Consejo de la Sociedad Civil (COSOC) de ProChile y de la ciudadanía durante el período del proceso participativo de la Cuenta Pública Participativa 2023.

## I. Planteamientos del Cosoc de ProChile

Como parte del proceso de este mecanismo, el Cosoc de ProChile fue invitado a formular sus comentarios y observaciones al documento preliminar de la cuenta pública participativa. Cabe señalar, que las consejeras y consejeros participaron en sesión virtual el día 24 de mayo de 2024

con el objetivo de entregar sus preguntas y comentarios al documento, los que se encuentran en la respectiva acta del COSOC, particularmente, la que corresponde a la Sesión 9 del Consejo de Sociedad Civil.

Los comentarios y observaciones efectuadas en esta instancia se presentan a continuación:

*i) En sector servicios, no aparecen quizás tan explícitamente, por ejemplo, ha habido procesos de soft landing que como tienen algunos de los mercados priorizados acá, sobre todo Latinoamérica, y eso quizás no está mencionado y sí es un apoyo importante.*

*Algunas misiones comerciales que también se han hecho en el sector, algunos aspectos que pueden ser destacados, digamos mencionados. Hay espacio ahí para complementar*

**Respuesta:** Durante el año 2023, actividades que se desarrollaron para apoyar al sector servicios, fueron:

Nombre de la Actividad	Subsector	Mercado	Información
EDTECH MEXICO MENTORÍA	EDTECH	MÉXICO	Proyecto que consistió en dos etapas. La primera, una mentoría, a objeto de que las empresas del sector Edtech entiendan como generar negocios en México (cultura de negocios, normativa legal y tributaria, entre otros.), La segunda, una misión comercial, en donde las empresas sostuvieron reuniones con posibles clientes, potenciales partners, se junten con stakeholders.
EDTECH MÉXICO MISIÓN COMERCIAL	EDTECH	MÉXICO	Dentro del plan de acciones para el sector servicios, la costa sur este de los Estados Unidos es clave, para ingresar a dicho mercado, es por ello, que durante el 2023 se llevó a cabo la 2º misión a Miami, en donde, las empresas participantes sostuvieron reuniones con stakeholders, se capacitaron, realizaron pitch frente a inversionistas, y participaron de un evento networking que les permitió vincularse con distintos actores del ecosistema local.
2º MISIÓN COMERCIAL EDTECH MIAMI	EDTECH	ESTADOS UNIDOS	Programa que tuvo por objetivo realizar un proceso de mentoría y aceleración hacia el mercado colombiano, mediante una consultora especializada. Durante su implementación, las empresas chilenas participantes pudieron comprender cómo funciona el mercado y la industria de las Edtech, así del cómo se deben desenvolver en dicho mercado. Además este programa contó la realización de un pitch ante inversionistas.
MENTORÍA & ACELERACIÓN EDTECH 2023	EDTECH	COLOMBIA	Misión comercial al mercado peruano, que contó con una capacitación de mercado y una agenda comercial, durante ambas instancias las empresas pudieron establecer contacto con socios estratégicos y potenciales clientes.
MISIÓN COMERCIAL EDTECH PERÚ 2023	EDTECH	PERÚ	

Nombre de la Actividad	Subsector	Mercado	Información
APOYO NAFSA	EDTECH	WASHINGTON	Participación en la principal feria mundial de servicios educacionales en Estados Unidos, instancia en la cual a través de la implementación de un stand las entidades educacionales pueden lograr acuerdos de intercambio de alumnos, acceso de programas, etc.
EDUTECHNIA	EDTECH	COLOMBIA	Feria internacional desarrollada en Bogotá Colombia, la cual contó con la participación de 10 empresas chilenas. En esta instancia, que contó con la visita del canciller chileno y la embajadora chilena en Colombia. cada participante pudo mostrar su oferta exportable a los visitantes.

*ii) Existe un indicador asociado a retomar empresas que hayan exportado anteriormente y que ahora dejaron de hacerlo en el tiempo, uno de los desafíos, era retomar esas empresas ¿tienen algún indicador de eso?*

**Respuesta:** ProChile busca acompañar a todas las empresas nacionales en su proceso de internacionalización, ofreciendo acciones de promoción tanto para empresas exportadoras como no exportadoras. En este sentido, en ProChile contamos con el indicador de permanencia exportadora, el cual refleja si una empresa que ha exportado de forma ocasional, continua o ha interrumpido sus exportaciones dentro de un período de tiempo.

Este indicador nos permite conocer a los usuarios con los que trabajamos, identificando su comportamiento exportador y caracterización siendo insumos relevantes para definir y proponer las herramientas, servicios y acciones de promoción según sean las necesidades de las empresas en acompañamiento de su proceso de internacionalización.

*iii) Ver si se está siguiendo esa línea de trabajo de recuperar exportadores que se han perdido puede ser una cosa, si no la medimos, digamos tampoco la vamos a seguir y es una buena idea dentro de lo que viene de este año.*

**Respuesta:** ProChile, por medio de su planificación estratégica define los principales indicadores y mediciones que permiten identificar los diferentes tipos de empresas nacionales que forman parte del proceso exportador, proporcionando herramientas y apoyo para mejorar su competitividad en mercados globales.

Los usuarios están en el centro de la estrategia institucional, por ello la Institución busca acompañar, contribuir y apoyar a las empresas chilenas, articulando las acciones de promoción de bienes y/o servicios, de acuerdo a sus necesidades. En esa línea, es importante destacar que vigilamos constantemente las exportaciones de empresas que hayan dejado de hacerlo, para entender causas y poder

apoyar con las actividades que la institución dispone a las empresas chilenas, por ejemplo, con apoyo y asesoría de nuestras oficinas regionales y comerciales, para buscar alternativas de diversificación en otros mercados.

*iv) Súper bien identificar la agenda del año, pero las fechas no están. Hay muchas actividades que no están definidas la fecha exacta y yo sé que dependen de muchas cosas, que tienen coordinación con otras organizaciones del Estado pero hay muchas fechas que no están. Está definido que India será en agosto ya todos sabemos, pero ¿cuándo? sobre todo por porque la planificación de un viaje, mientras se hace con más tiempo, es más eficiente. Son casi dos meses y para organizar una cosa como esa.*

*Sería bueno poner más presión en las definiciones de fecha porque al final uno se ordena en torno a esos grandes hitos y programamos el resto de las actividades del período sabiendo que tenemos bloqueado eso y no tener bloqueado todo agosto, por ejemplo.*

*La agenda tiene los meses bastante bien definidos pero sólo los meses. Es un comentario, digamos de lo que a uno le gustaría ver para adelante.*

**Respuesta:** Con el objetivo de conocer todas las sugerencias que tienen nuestros usuarios y usuarias para que ProChile les entregue un servicio de calidad, este año contamos con encuestas de satisfacción que nos han permitido detectar los principales aspectos donde tenemos la oportunidad de mejorar. Esto ha dado pie al desarrollo de una Política de Atención de Usuarios que esperamos lanzar este año, y que será la base de un Plan de Mejoramiento de la Atención de la Calidad del Servicio de ProChile, cuya ejecución será medida periódicamente a contar de 2025, para evitar que a futuro vuelvan a existir molestias de nuestros usuarios y usuarias debido a problemas en la comunicación de nuestras actividades, como el mencionado en este comentario.

*v) En esa mirada de la fecha, ha pasado que algunos de*

estos procesos están siendo adjudicados un poquito tarde ya. Están adjudicados a la empresa estos beneficios, por ejemplo, misiones comerciales, la feria, soft landings. Una vez que eso se notifica que ya está un poco tarde, luego la tramitación administrativa se está demorando más tiempo y en el caso por ejemplo, en la última misión comercial que hicimos a Perú, 7 días hábiles de trabajo previo para preparar las reuniones y realizar las agendas de reuniones con las empresas. Entonces, 7 días hábiles cuando quieres llegar a directivos de alto nivel no siempre se puede ya que el plazo es demasiado, demasiado, demasiado apretado. Y ahí lo conversamos con la Embajada, con ProChile también de Perú. Entendemos que hay un tema ahí con los temas administrativos, los temas jurídicos eso nos pasa en general.

Otra feria que tuvimos a Colombia, por ejemplo, se consiguió un descuento de línea aérea 8 o 9 días antes del viaje, lo cual en la práctica nos sirve. Entonces creo que hay algo ahí con las fechas que no está funcionando, porque efectivamente hay una planificación anual que nosotros la hemos visto y está muy buena porque se nos hizo visible el año pasado y sabemos cuándo son las ferias, en qué países tenemos eso, las convocatorias están saliendo a tiempo, pero la adjudicación y la activación del beneficio está siendo muy tardío y yo creo que eso merma la capacidad de obtener mejores resultados en esas actividades. Eso ha sido algo un poquito crónico que no ha mejorado. Sinceramente, no, no ha mejorado en los últimos años.

**Respuesta:** Gracias a la aplicación de encuestas para medir la satisfacción con nuestros servicios, este año hemos detectado opiniones similares a la manifestada, lo cual ha dado origen a una mesa transversal donde participan representantes de las Direcciones de Desarrollo Estratégico, Nacional, Jurídica e Internacional, para revisar las etapas de una convocatoria según instrumento, y los tiempos que en promedio implica cada una de estas etapas. De esta manera, la institución podrá establecer los plazos mínimos y máximos de apertura de la convocatoria, y con cuánta anticipación es necesario que sean informados los cupos adjudicados, para que las empresas seleccionadas preparen sin problemas su participación en la actividad respectiva. Esta regulación será parte del Plan de Mejoramiento de la Calidad del Servicio de ProChile, que empezaremos a aplicar en 2025, luego de lanzar la Política de Atención de Usuarios institucional.

vi) Mi percepción es que durante el 2023 ha habido una

gestión o una preocupación de parte de ProChile de acercarse más a las empresas a conocerlas, a entenderlas, que coronó esto incluso en enero, haciendo esta reunión con los agregados comerciales. Quizás también sería bueno incorporar parte de eso en la presentación del 2023. ¿De qué forma ProChile se ha estado acercando a las empresas, estar más, no tanto como un organismo público que está en el Centro de Santiago, sino que está en terreno, en reuniones que se han generado, ¿cuántas visitas en terreno se han hecho contacto con empresas? Muy a la línea de ese contacto con la empresa, es donde uno empieza a levantar estas llamadas de atención respecto a dolores que enfrentan las empresas, por ejemplo los plazos o no entiendo bien tal cosa. Eso requiere que haya una disposición a escuchar.

En el reporte se puede desprender, pero creo que si fuese más explícito llamaría más la atención. La invitación a las empresas a pedir que los vayan a ver, a que estén en terreno con ellos, que hay una disposición de parte de ProChile a querer participar y estar en terreno con las empresas.

**Respuesta:** Durante el año 2023 ProChile trabajó por estrechar el vínculo con empresas y el territorio, con el fin de llevar sus servicios a los distintos sectores productivos del país y difundir los beneficios del comercio internacional.

En este contexto, el Director General de ProChile realizó las siguientes visitas a regiones, las cuales incluían el desarrollo del Comité Regional Exportador, reuniones con autoridades locales y visitas a empresas.

Así mismo, durante el mismo periodo, las direcciones re-

Mes	Destino
Marzo	Chillán; La Serena; Iquique
Mayo	Valdivia; Valparaíso; Chillán
Julio	Temuco
Agosto	Rancagua
Septiembre	Punta Arenas
Octubre	Graneros
Noviembre	Puerto Montt

gionales realizaron permanentemente visitas a empresas, las cuales se detallan en número:

Región	Empresas visitadas
Arica y Parinacota	11
Tarapacá	28
Antofagasta	15
Atacama	136
Coquimbo	50
Valparaíso	85
Metropolitana	171
O´Higgins	35
Maule	63
Ñuble	83
Bio bío	61
Araucanía	43
Los Ríos	38
Los Lagos	11
Aysén	17
Magallanes	141
<b>Total</b>	<b>988</b>

vii) Principalmente veo que la capacitación de las empresas es importante en la gestión y poder guiar y estar más cerca, independiente que hay plataformas donde está toda la información pero muchas veces cuando la empresa está empezando con su proceso, necesita tener una información más cercana, que alguien lo guíe más, porque de alguna forma está enfocado en su negocio, por lo tanto otras cosas, de repente no tiene tan a mano y ha pasado que en el caso de nosotros, como agentes de aduana, muchas veces todo el proceso lo han estado guiando desde un principio con bastante anticipación y el proceso de enviar mercancías lo dejan a última hora y están a veces muchos contra el tiempo entonces, es importante ese seguimiento de parte de ProChile y de

*alguna forma como gremio de agentes de aduanas, cómo apoyamos a ProChile para poder guiar mejor a las empresas, a los emprendedores, porque muchas veces hay muchos intermediarios y esos intermediarios a veces hacen que esta cadena no fluya y los agentes de aduana nos venimos enterando a última hora de todo el proceso y ya cuando no hay tiempo, cuando el cliente necesitaba saber ¿Cuáles eran los requisitos para poder tener acceso a tener en la certificación de origen? ¿Cuáles son los plazos para embarcar? ¿Cómo hacer el proceso para poder consolidar cargas? para no tener que pagar valores tan altos y hay una serie de cosas que uno va adaptando de acuerdo al tipo de empresa, al tipo de emprendedor para poder ir guiando porque muchas veces es mucha información, por lo tanto la información se tiene que ir dosificando para la empresa. Entonces creo que es importante que ustedes consideren esa parte también. Bueno y demás está decir que todo el apoyo de nuestro gremio para poder cierto guiar también a los exportadores, a los emprendedores. Cámara de aduanera, entonces, está atento a su requerimiento a poder aportar con nuestra experiencia.*

**Respuesta:** ProChile cuenta con distintas herramientas de capacitación, que forman parte del Programa de Capacitación Empresas, dentro de las cuales se aborda el proceso de exportaciones de bienes y de servicios. Entre estas herramientas se encuentran talleres y ciclos de formación, los cuales son trabajados con expertos en procesos operativos de envíos al exterior, exportación, como con expertos en logística, integrando este proceso en el proceso de internacionalización. Estos expertos corresponden a la Red de Expertos ProChile, a nivel público como privado, permitiendo tener una visión y un abordaje aplicado a los negocios internacionales.

ProChile cuenta además con un programa de Formación en Negocios Internacionales, cursos y diplomados, orientado a personas, personas que trabajan en empresas exportadoras, empresas de servicios a la exportación, y personas naturales. Las temáticas indicadas más arriba son abordadas desde un punto de vista estratégico como operativo, con el apoyo del Instituto de estudios Internacionales de la Universidad de Chile. Participan académicos, expertos privados y públicos, profesionales de ProChile, y expertos del ecosistema exportador nacional.

Por otro lado, el trabajo de las oficinas regionales de ProChile también realizan un acompañamiento a las empresas en la orientación de sus procesos de exportación, facilitando la generación de redes de apoyo y contacto.

Contamos además con un Centro Digital de Conocimiento, el cual pone a disposición todo el material de capacitación referente a exportaciones e internacionalización, como

así mismo, estudios de mercados que hacer referencia a acceso mercados.

El diseño e implementación de los programas, y el trabajo ProChile, se basa en las necesidades identificadas, pero también levantadas con las empresas y personas, los que nos lleva a mejorar o dar valor agregado al trabajo institucional, por lo anterior nos parece interesante el poder evaluar posibilidad de trabajo conjunto con la Asociación, para lo cual quedamos disponibles para una reunión con el área de Servicios Integrados para la Exportación.

*viii) En general estoy de acuerdo con todos los comentarios, quizá una reflexión más que un comentario. Está complicando el desarrollo de la actividad, la reducción del presupuesto. Entonces, quizás si en alguna parte colocar no tanto que falta presupuesto sino lo que hemos hablado, tratar de cuantificar cuál es el impacto que ha tenido para Chile las acciones de ProChile, que algo que sí o sí tenemos que trabajar el 2024 y quizás puede ser uno de los puntos de cierre del 2023, que se va a trabajar en generar métrica objetiva, en medir el impacto de todas estas acciones, porque el plan está muy completo, todo lo que se hizo.*

*Falta un poco más allá de que se genere más exportación. Cuál es el aporte al país, al empleo, a todas las variables, quizá más importante para la ciudadanía para sentar los pilares para informar a la dipres y las acciones que hagamos, solicitar más recurso.*

**Respuesta:** En el marco de la planificación estratégica para el año 2025, ProChile se enfocará en fortalecer su capacidad de generar información y mediciones precisas del impacto de sus acciones. Se pondrá foco en mejorar la visibilidad de su gestión a nivel ciudadano, esto incluye la divulgación clara de los resultados obtenidos, así como la comunicación abierta sobre los desafíos enfrentados y los logros alcanzados en la promoción de las exportaciones chilenas.

El objetivo es consolidar a ProChile como un aliado estratégico en el desarrollo económico del país, impulsando la competitividad internacional de las empresas chilenas y fortaleciendo la imagen de Chile como un socio comercial confiable y de calidad en el ámbito global. Estamos trabajando en contar con un sistema de apoyo a gestión (CRM) más robusto, que nos permita tener más y mejor información sobre las acciones de promoción realizadas y se están evaluando resultados a dichas actividades, todo esto nos permitirá realizar evaluaciones de impacto, y poder mostrar cómo la promoción de exportaciones contribuye al crecimiento y desarrollo de Chile, y de todos sus ciudadanos.

Un pequeño detalle que no lo entiendo mucho, dice que Chile es segundo exportador de fruta del mundo. Eso no lo entiendo mucho. ¿De dónde sacan ese dato? No sé, no sé qué es lo que querían decir, pero para para precisarlo no es así. Chile, el quinto exportador de fruta del mundo y el primero en el hemisferio sur, entonces no sé qué número hicieron para asegurarnos que no tenga ese pequeño error importante.

**Respuesta:** La fuente del ranking es Global Trade Atlas. El ranking está calculado sobre el total de exportaciones del mundo en un producto. Sólo se presentan los productos pertenecientes a la canasta de exportaciones de Chile.

## II. Comentarios y consultas ciudadanas recibida mediante formulario virtual.

Entre el 16 de mayo y 28 de junio de 2024 ProChile habilitó un formulario virtual en el sitio web institucional, a través del cual se recibieron un total de 11 opiniones y comentarios, los que se detallan a continuación:

*i) La Ley N° 20.500 manifiesta la Participación Ciudadana, Ya debiera dar más realce a esta Unidad, aparte de la Oficina OIRS. Que se constituya el COSOC*

**Respuesta:** El Cosoc de ProChile se constituyó en el año 2022 a nivel central. Más información sobre este mecanismo de participación ciudadana encontrará ingresando al siguiente enlace: <https://www.prochile.gob.cl/participacion-ciudadana/consejo-de-la-sociedad-civil>

*ii) Desde lo específico de mi sector de servicios digitales, subsector Edtech, el apoyo de ProChile ha sido valioso. Desde lo global, me parece que el informe en su conjunto es muy completo.*

*Los plazos de preparación de ferias, misiones y softlanding son demasiado apretados, ProChile está llegando tarde a activar los servicios y eso perjudica en obtener mejores resultados de negocio para las empresas*

**Respuesta:** Gracias a la aplicación de encuestas para medir la satisfacción con nuestros servicios, este año hemos detectado opiniones similares a la manifestada, lo cual ha dado origen a una mesa transversal donde participan representantes de las Direcciones de Desarrollo Estratégico, Nacional, Jurídica e Internacional, para revisar las etapas de una convocatoria según instrumento, y los tiempos que en promedio implica cada una de estas etapas. De esta manera, la institución podrá establecer los plazos mínimos y máximos de apertura de la convocatoria, y con cuánta anticipación es necesario que sean informados los cupos adjudicados, para que las empresas seleccionadas preparen

sin problemas su participación en la actividad respectiva. Esta regulación será parte del Plan de Mejoramiento de la Calidad del Servicio de ProChile, que empezaremos a aplicar en 2025, luego de lanzar la Política de Atención de Usuarios institucional.

*iii)Extraordinario. Felicitaciones y vamos por más, sigamos!*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario.

*iv)Fue una cuenta pública muy dinámica que da cuenta de los avances que tiene ProChile. Además felicitar por hacer la primera vez su cuenta pública fuera de Santiago.*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario y felicitación.

*v)Muy positivo. Sería positivo lograr más capacitación local (Ñuble)*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario, el cual fue canalizado a la autoridad regional

*vi)Espectacular. Inspirador y motivador todo!*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario.

*vii)Buen balance. Me gustaría que se proyectará las oportunidades de negocios para más mipes de Ñuble.*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario, el cual fue canalizado a la autoridad regional

*viii)Clara y precisa. Me gustaría mayor difusión*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario.

*ix)Muy claro y transparente. Me gustó mucho. Se nota que están abierto a los comentarios que uno pueda tener. Seguir promoviendo la descentralización, creo que es algo muy importante*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario.

*x)Me parece un trabajo muy dedicado y profesional. Felicitar el trabajo de la dirección regional de Ñuble, especialmente su director Cristóbal, con el que hemos construido una interesante alianza de trabajo*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario, el cual fue canalizado a la autoridad regional.

*xi)excelente presentación muy clara y precisa. como presidenta de uno de los gremios del turismo de ñuble, agradecer a nuestro director regional de ProChile en ñuble Cristóbal Herrera, por todo el apoyo y profesionalismo a nuestro turismo, logrando impulsar nuestra región de ñuble con su diversidad!!*

**Respuesta:** ProChile agradece su comentario, el cual fue canalizado a la autoridad regional.

ProChile 



[WWW.PROCHILE.GOB.CL](http://WWW.PROCHILE.GOB.CL)