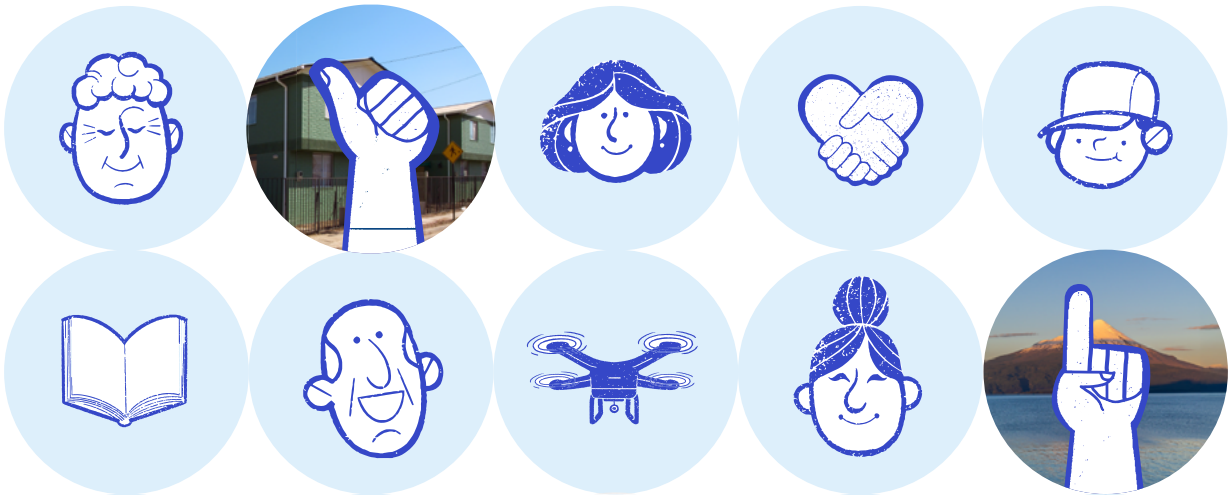
CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2025

CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2025

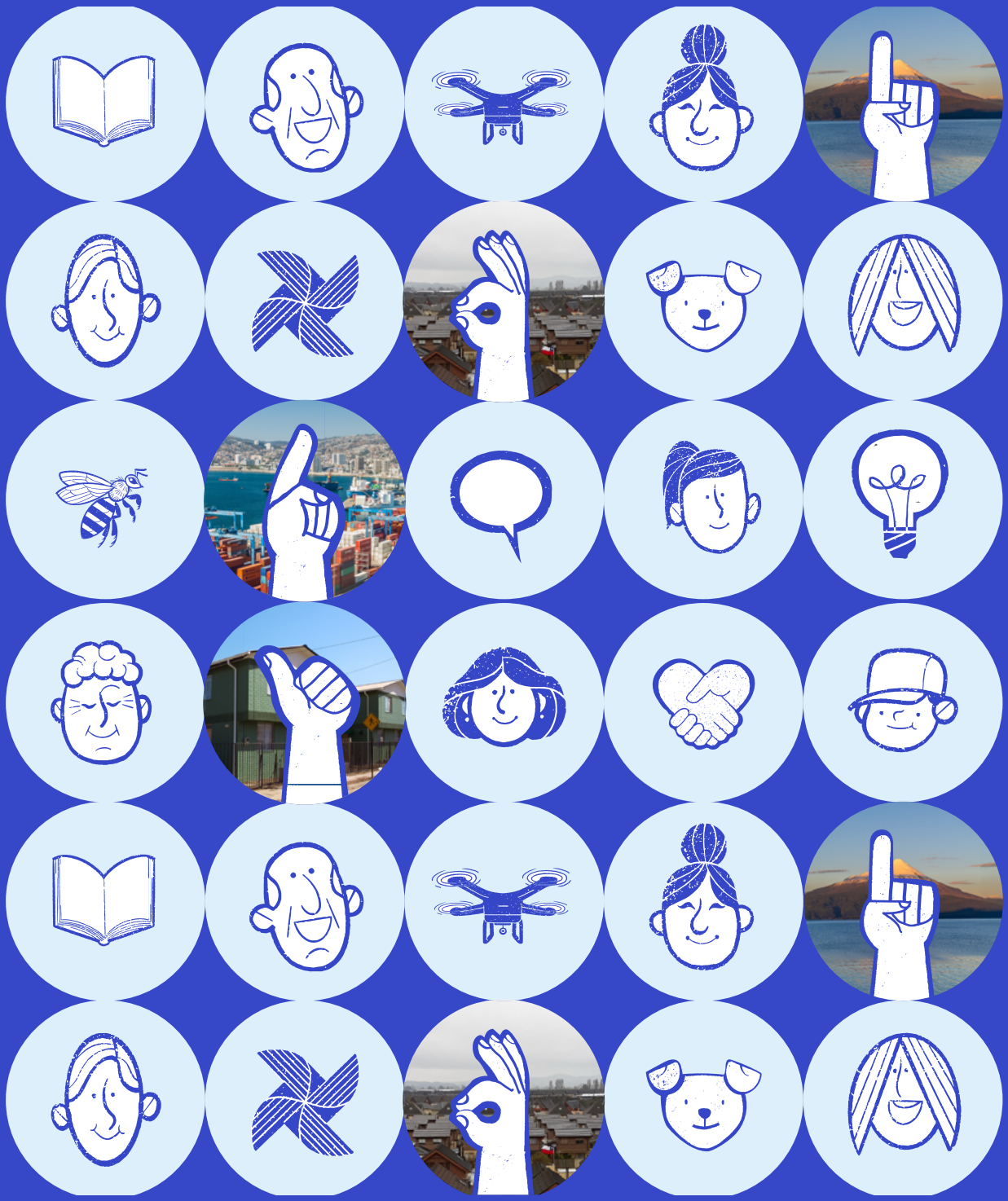
ProChile

PROCHILE CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2024

ProChile



Este documento corresponde a un Informe preliminar



CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2025

TABLA DE CONTENIDOS

Palabras Director General 5
Presentación del Servicio 6
Gestión Institucional 7
Desempeño Exportaciones 2024 8
Usuarios 9
Resultados 2024 9
Actividades ícono 10
- Encuentros Exportadores (ENEXPRO) 10
- Encuentros internacionales 10
- Expo OSAKA 2025 12

Objetivos estratégicos
- **Objetivo N°1: Internacionalización y pymes 13**
  - Agroalimentos 15
  - Industrias 4.0 20
  - Servicios y Turismo 23
  - Economía Creativa 26
- **Objetivo N° 2: Diversificación** 28
  - Asia 29
  - América del Norte 31
  - Europa, África y Medio Oriente 32
  - Sudamérica 35
  - Centroamérica y Caribe 36
- **Objetivo N° 3: Satisfacción usuaria 37**
  - Protocolo de atención de usuarios 37
  - Cartera de usuarios 37
  - Exporta Más 37
  - Pre admisibilidad 38

Gestión Transversal 39
- Información comercial 39
- Capacitación 39

CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2025

- Innovación 40
- Género 41
- Pueblos Originarios 42
- Sostenibilidad 42
- E-Commerce 43
- Certificación de Origen 44
- Marcas Sectoriales 44
- Campañas Digitales y Unboxing 45
- Ferias internacionales - Nueva imagen del Stand 45
- Imagen de Chile 46

Información Institucional 47
- Equipo 47
- Capacitación 47
- Clínica Virtual ProChile 48
- Estado de la certificación de la Norma NCh 3262 48
- Sello de Liderazgo ProChile 48
- Seguridad Laboral. 48
- Resultados de Metas de Gestión 2024 48
- Presupuesto institucional 50

Convenios Celebrados con otras Instituciones 54

Interacción con la Ciudadanía 57
- Gestión en medios de comunicación: 57
- Vías de Información: 58
    - Estadísticas de acceso al sitio web 58
    - Centro de Ayuda 58
    - Centro Digital del Conocimiento 58
    - Atención Ciudadana 58
    - Solicitudes de transparencia 59
- Ejecución de modalidades de participación ciudadana 59

Desafíos 2025 60

Palabras Director General

En el marco de nuestra labor como institución dedicada a la promoción internacional de los bienes y servicios de las empresas chilenas, tengo el orgullo de presentar los resultados y logros alcanzados durante el año 2024.

Este periodo marcó un hito en nuestra historia, no solo por la conmemoración de nuestros 50 años de existencia, sino también por el impacto positivo que nuestras acciones tuvieron en el fortalecimiento del comercio exterior de Chile y en la diversificación de nuestras exportaciones.

El año 2024 fue testigo de cifras récord en las exportaciones chilenas de bienes y servicios no cobre no litio, alcanzando un histórico valor de US$ 44.364 millones, lo que representó un crecimiento del 2% respecto al año anterior. Entre los envíos destacados, las cerezas frescas llegaron a un valor sin precedentes de US$ 3.091 millones, marcando un incremento del 50,6% en comparación con 2023. Asimismo, otros productos como las ciruelas, kiwis, duraznos y nectarines frescos demostraron un crecimiento significativo, consolidando a Chile como un referente en el comercio de productos agrícolas de alta calidad.

Además, las exportaciones de servicios cobraron relevancia, totalizando US$ 2.472 millones, con un aumento del 14,8% respecto al año anterior. Este desempeño refleja el avance hacia una oferta exportable más diversificada y con mayor valor agregado, destacándose servicios como Mantenimiento y Reparación, Asesoría y Servicios Financieros. Estos resultados son prueba del dinamismo y capacidad de adaptación de nuestro país en un entorno económico global cambiante.

Teniendo como línea central una estrategia de trabajo público-privado, en una labor conjunta con los gremios sectoriales y empresas de diversos tamaños, en 2024 nuestra gestión buscó estimular especialmente la diversificación de los destinos de nuestras exportaciones de bienes y servicios, consolidar la presencia de productos emblemáticos como es el caso del pisco chileno, las campañas de diversas marcas sectoriales, poniendo énfasis también en la inserción de las pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales. Realizamos encuentros y eventos clave tanto dentro como fuera del país, trabajando de la mano con más de 5.000 empresas chilenas para promover su oferta exportable en mercados de Europa, Asia, América Latina y Norteamérica a través de nuestras 54 oficinas comerciales en el mundo y la red regional de ProChile.

En paralelo, hemos implementado herramientas innovadoras para mejorar la interacción con nuestros usuarios, como Exporta Más y el sistema de Preadmisibilidad, sumado a la adopción de una Política de Calidad del Servicio que pone al usuario en el centro de nuestras acciones.

Estos esfuerzos, junto con la colaboración de ministerios, organismos públicos, gremios y empresas exportadoras, han sido fundamentales para alcanzar los objetivos propuestos.

Con la mirada puesta en el futuro, ProChile reafirma su compromiso de continuar diversificando nuestras exportaciones y potenciar el comercio exterior de nuestro país. Seguiremos trabajando con dedicación y entusiasmo para posicionar a Chile como un actor relevante en el escenario internacional y para enfrentar los desafíos que el dinamismo del comercio global nos presenta.

Esta cuenta pública refleja los frutos del esfuerzo conjunto de un equipo comprometido y visionario, y nos invita a seguir avanzando juntos hacia nuevas metas y oportunidades.

IGNACIO FERNÁNDEZ
DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE

Presentación del Servicio

ProChile es la Institución encargada de promover la internacionalización de la oferta exportable chilena.

Nuestra misión es "Promover la internacionalización de las empresas chilenas, junto al apoyo de la atracción de la inversión extranjera, el turismo y el fortalecimiento de la imagen país."

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

Y nuestros objetivos están planteados en tres áreas:

- **Internacionalización y pymes:** contribuir a que más empresas puedan internacionalizar sus negocios, especialmente las empresas pymes con capacidad exportadora, que logren exportar mayor volumen, y mantenerse en la actividad exportadora de manera continua.
- **Diversificación:** potenciar la diversificación de productos, servicios y mercados de destino de las empresas nacionales, para hacer crecer las exportaciones no cobre no litio.
- **Satisfacción usuaria:** seguir aumentando la satisfacción de nuestros usuarios, entregando un servicio más personalizado, a través de una atención focalizada con la modalidad de cartera de usuarios y seguimiento constante.

La labor de ProChile es impulsar la internacionalización de las empresas chilenas, no solo de las empresas con oferta tradicional, sino también de la oferta no tradicional y con valor agregado. Queremos destacar nuestra innovación, nuestros servicios, empresas con base tecnológica, oferta sostenible, de acuerdo con la demanda internacional.

Buscamos impulsar las exportaciones de Chile con mayor valor agregado, fomentando una oferta exportable regionalizada y competitiva, a través de una gestión más sostenible e incorporando elementos de inclusión, como es el trabajo con empresas lideradas por mujeres y pueblos originarios, y con ello, contribuir al crecimiento económico, la generación de ingresos y empleo al país.

Cada día nos abocamos a la labor de seguir posicionándonos como un organismo público líder y de vanguardia en el apoyo a la internacionalización de las empresas chilenas.

Con presencia en todas las regiones del país y más de 50 oficinas comerciales en los principales mercados del mundo, ProChile ha creado una sólida red global de negocios que beneficia a más de 2.500 empresas exportadoras y conecta con 7.000 importadores a nivel internacional.

Gestión Institucional

El 13 de noviembre de 2024, se conmemoró el 50° aniversario de ProChile, institución que, desde su fundación, se ha consolidado como un organismo técnico clave en la promoción de las exportaciones, contribuyendo de esta forma en el desarrollo del sector exportador de nuestro país, la generación de empleo y crecimiento para todos los chilenos y chilenas.

Es por ello que en 2024 se realizaron una serie de actividades en el marco de la conmemoración de los 50 años de ProChile. Una de ellas, en el mes de agosto y con el propósito de rescatar la experiencia de las y los Ex directores de ProChile, fue el encuentro denominado "Desde la experiencia hacia el futuro", donde se conformó el Consejo Asesor de ex directores y directoras de ProChile que sesionará una vez al año para recoger las ideas y propuestas de las exautoridades para mirar juntos los desafíos de la institución, previo a los procesos de planificación estratégica.

En la actividad participaron Víctor Oettinger (1985 a1989), Fernando Soro (1989 a 1990), Jaime Lavados (1992 a 1995), Hugo Lavados (2003 a 2006), Alicia Frohmann (2006 a 2010), Félix de Vicente (2010 a 2013), Carlos Honorato (2013 a 2014), Roberto Paiva (2014 a 2016), Alejandro Buvinic (2016 a 2018) y Jorge O'Ryan (2018 a 2022). La actividad contó, además, con la presencia del Ministro de Relaciones Exteriores, Alberto van Klaveren, y de la Subsecretaria de Relaciones Económicas Internacionales, Claudia Sanhueza.

En esta instancia, las exautoridades destacaron la importancia del rol de ProChile en materia de promoción de exportaciones, mostrando los beneficios para las empresas como una opción para incrementar sus ventas de las empresas, ser más competitivos, introducir nuevas tendencias, en suma, mejorar la calidad de vida para los chilenos, exportando lo mejor de lo nuestro.

El 28 de noviembre de 2024, en una ceremonia denominada "Espíritu Exportador", se conmemoró los 50 Años de ProChile, premiando a 16 exportadoras y exportadores que han contribuido al posicionamiento de Chile en el mercado internacional, impulsando el desarrollo y la innovación, como ejemplos de la diversidad y amplitud de la oferta exportable nacional. La actividad, contó con la presencia de autoridades de gobierno, gremios y asociaciones, empresas y ex directores de ProChile.

Las empresas reconocidas por región fueron Sandra Osnayo de la empresa Phuska de la región de Arica y Parinacota; Alberto Shamosh de Solarium Biotechnology de la región de Tarapacá; Mario Terraza de Work Mining de la región de Antofagasta; Jairo Sarmiento de Sattel Chile de la región de Atacama; Juan Carlos Ortuzar de pisquera Tulahuén de la región de Coquimbo; Daniela Escobar de Swetwkno de la región de Valparaíso; Julio Marambio de Octeto Estudios de la región Metropolitana; Lucy Zapata de Inglobo Chile de la región de O'Higgins; Isolina Aguilar de Organicoop de la región del Maule; Francois Massoc de Atelier Massoc de la región de Ñuble; José Luis Aldunce de Seaweed Place de la región del Biobío; Enzo Aguero de Appoderado de la región de La Araucanía; Pablo Céspedes de Ludoismo de la región de Los Ríos; Jaime de la Cruz de la empresa Kran de la región de Los Lagos; Mauricio Álamos de Platinium Flowers de la región de Aysén, y Cecilia Cavada de Agropat de la región de Magallanes.

La actividad concluyó con una muestra de la oferta exportable chilena de alimentos e industrias creativas, coordinada junto las marcas sectoriales Wines of Chile, Salmón de Chile, Chile Milk, Chile Pork, Chile Olive Oil, Learn Chile, Chile Música, Chiledoc, Cinema Chile y los gremios Pisco Chile y Fedefruta.

Desempeño Exportaciones 2024

En 2024, **las exportaciones de productos y servicios no relacionados con el cobre ni el litio** alcanzaron un récord histórico de US$ 44.364 millones, superando en un 2% el valor del año anterior y consolidándose como el mejor desempeño registrado en la historia. Estos excelentes resultados se vieron impulsados por diversos bienes y servicios que en 2024 marcaron cifras récord, como: cerezas frescas, las que mostraron el mejor año en su historia con exportaciones por US$ 3.091 millones (+50,6% de variación anual); las ciruelas frescas que alcanzaron un récord histórico en 2024, totalizando US$ 308 millones, con un crecimiento del 40,4 % respecto a 2023; las exportaciones de kiwis frescos alcanzaron US$ 268 millones, con un incremento anual del 26,2% respecto a 2023, destacando su recuperación tras años de fluctuaciones en los mercados internacionales; los duraznos y nectarines frescos, que han mostrado un crecimiento continuo a lo largo de los años, alcanzando en 2024 un valor récord de US$177 millones y un incremento del 24,4% respecto a 2023.

Asimismo, el jurel alcanzó US$ 402 millones, con un crecimiento del 12,0%, donde África se posicionó como la principal región de destino, representando más del 80% de las exportaciones totales de jurel. Costa de Marfil lideró con una participación del 30,2%, seguida por Nigeria con un 29%. Las exportaciones de Vino blanco embotellado (Riesling, Pinot Blanc, mezclas y otros) alcanzaron un valor de US$152 millones, lo que representa un aumento del 23,4 % en comparación al año anterior. Por su parte, las exportaciones de envases metálicos alcanzaron los US$250 millones, lo que representa un incremento del 6,8% respecto a 2023.

Por su parte, las **exportaciones de Servicios** en 2024 crecieron un +14,8%, generando US$ 2.472 millones. Destacan los buenos resultados en: Servicios de Mantenimiento y reparación, los cuales registraron su máximo histórico con un total de US$ 407 millones (41% crecimiento anual), explicado principalmente por las exportaciones de Servicios de mantenimiento y reparación de aviones, helicópteros y otros aparatos aéreos y los Servicios de mantenimiento y reparación de contenedores. Destacan también los servicios de Asesoría alcanzando US$ 138 millones en 2024, con 30,9% crecimiento anual, explicado principalmente por servicios vinculados al área de marketing. Por su parte, los Servicios Financieros llegaron a su mayor histórico el año 2024 con exportaciones por US$251 millones (+15,6% crecimiento anual), destacando los: Servicios de corretaje de reaseguros, los Servicios de administración de carteras de inversiones extranjeras en el extranjero y, los Servicios de distribución de cuotas de fondos de inversión extranjeros, tanto en el mercado local como internacional.

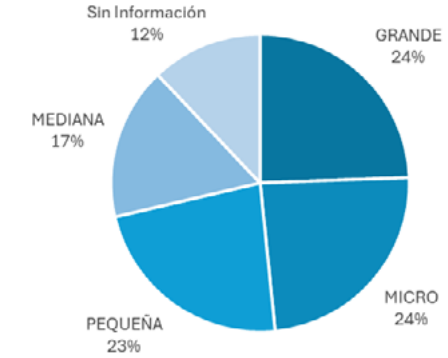
En cuanto a las **exportaciones de industrias creativas**, en 2024 alcanzaron los US$ 98 millones, logrando un aumento del 31,5% respecto del año anterior, donde destacaronlas exportaciones de Animación y audiovisual que tuvieron un crecimiento de 89,8% y 12,2%, respectivamente.

Usuarios

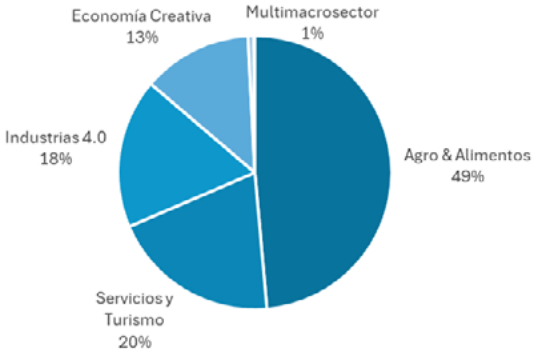
Resultados 2024

En 2024 ProChile trabajó con 5.656 empresas, las cuales mayormente corresponden a empresas pymes (40%), del macrosector Agro & Alimentos (49%), y de la región metropolitana (44%).

Porcentaje empresas usuarias según tamaño



Porcentaje empresas usuarias según macrosector



Del total de empresas atendidas, 2.547 exportaron en el año, representando el 36% de los exportadores de bienes y servicios no cobre a nivel nacional. A su vez, estas empresas exportaron el 70% del total exportado a nivel nacional. En cuanto al empleo, las empresas exportadoras usuarias de ProChile proveen 449.848 plazas de trabajo.

Dentro de las empresas exportadoras usuarias, 1.086 son pequeñas y medianas exportadoras (pymex), que corresponden al 40% del total de pymes exportadoras del país. Estas empresas exportaron US$ 807 millones y brindaron 22. 552 empleos.

Adicionalmente, podemos mencionar que dentro de los usuarios ProChile, en 2024 se trabajó con 745 empresas lideradas por mujeres, 255 de ellas con exportaciones en 2024 (el 34%). También podemos mencionar el trabajo realizado con empresas pertenecientes a pueblos originarios, las cuales llegaron a 87 empresas, 23 de las cuales (26%) tuvieron envíos al exterior.

Otro grupo importante de destacar son las empresas con base tecnológica que participan en las diferentes actividades organizadas, las cuales llegaron a las 176 empresas, 105 de ellas internacionalizadas (60%).

Por otro lado, en 2024 contamos con la participación de 65 empresas en actividades para potenciar el e-commerce y 146 empresas que participaron en actividades en materia de sostenibilidad.

Todas estas cifran dan cuenta del trabajo institucional para apoyar a las empresas a internacionalizarse en materias de innovación e inclusividad.

Adicionalmente, podemos mencionar importantes logros en las gestiones realizadas, tales como:

- 348 empresas que no exportaron en los 3 años anteriores, sí lo hicieron en 2024. Estos resultados son relevantes ya que corresponden principalmente a empresas pequeñas y micro, de los sectores de servicios, agroalimentos y economía creativa.
- 268 empresas que exportaban en forma intermitente lograran en 2024 exportar en forma continua, representando el 26% de las empresas atendidas con exportaciones irregulares.
- 243 empresas usuarias aumentaron los montos exportados.
- 1.182 empresas diversificaron sus mercados de exportación.

Actividades ícono

Para profundizar el trabajo con las empresas usuarias, en 20204 ProChile realizó una serie de eventos estratégicos para facilitar el encuentro entre exportadores e importadores y potenciales compradores, fomentando sinergias comerciales y explorando nuevas oportunidades de negocio, buscando ampliar la variedad de productos y servicios que exportamos, así como para explorar nuevos mercados de destino o entrar con más fuerza en ciudades y estados en los que ya estamos presentes.

Dentro de las principales actividades realizadas, podemos mencionar:

Encuentros Exportadores (ENEXPRO)

En 2024 tuvieron lugar cuatro encuentros exportadores (ENEXPRO) enfocados en sectores específicos, en los cuales las empresas chilenas pudieron presentar su oferta exportable y reunirse con clientes y socios comerciales en mercados clave. Estos eventos se llevaron a cabo en diversas ciudades del país, y contemplaron actividades como ruedas de negocios, visitas técnicas, actividades de networking y presentaciones de productos y servicios, las cuales facilitaron la conexión directa con potenciales compradores de diferentes partes del mundo.

Recién iniciado el año, el director general de ProChile, Ignacio Fernández, inauguró el encuentro exportador ENEXPRO "Diversificando negocios con el mundo", que reunió a 29 agregados(as) comerciales y agregados(as) agrícolas de los mercados más importantes. La actividad se desarrolló en las ciudades de Iquique, Santiago y Concepción, y contó con la participación de 200 empresas, 80% de ellas pymes. Adicionalmente, se realizaron reuniones bilaterales con 67 gremios de industrias creativas, industrias 4.0, servicios y agroalimentos.

Posteriormente, entre el 6 y 9 de mayo, se realizó la primera versión del encuentro exportador **Enexpro Soluciones Globales.** En total, participaron 147 empresas chilenas que ofrecen soluciones globales para cuatro industrias líderes del país, como son la minería, el agro, la industria acuícola y soluciones asociadas a energías limpias, eficiencia energética y gestión hídrica. Las y los representantes de estas firmas pudieron reunirse con más de 40 contrapartes de una docena de países de América Latina y de Canadá; de esas reuniones, según las encuestas aplicadas a los participantes, se proyectaron oportunidades de negocio por US$ 20,8 millones.

Del 23 al 25 de julio se llevó a cabo la Semana de la Industria en las ciudades de Santiago y Concepción, y reunió a 40 importadores de 10 países con más de 180 empresas exportadoras chilenas de sectores como Salud, Envases y Embalajes, Forestal, Metalmecánica, Electro Electrónica y Defensa no bélica. El evento incluyó una rueda de negocios en Santiago y Concepción, con más de 500 reuniones, y en la que se proyectaron negocios por US$ 82 millones, así como conversatorios, actividades de networking y visitas técnicas en diversas regiones del país.

Entre el 14 y 16 de octubre de 2024, se llevó a cabo en Santiago el evento **Enexpro Tech**, evento clave para impulsar la exportación de servicios de alto valor agregado como FinTech, ciberseguridad, EdTech y Agrotech, posicionando a Chile como un referente en innovación y tecnología a nivel global. Enla instancia participaron más de 150 empresas chilenas y 33 compradores internacionales de 11 mercados, incluyendo Estados Unidos, España, México y Perú. Se concretaron 700 reuniones y se proyectaron negocios por US$ 10 millones.

Finalmente, entre el 25 y 27 de noviembre se realizó **Enexpro Productos del Mar**, en Puerto Varas. El evento contó con la participación de 30 importadores provenientes de 21 países, que pudieron sostener más de 300 reuniones con 60 empresas chilenas del sector pesquero y acuícola, y proyectar negocios por más de US$ 124 millones. Además de participar en las reuniones de negocios, las y los importadores internacionales pudieron visitar instalaciones de diferentes empresas en la Región de Los Lagos, a fin de conocer el proceso productivo de salmón y mejillones en Chile.

Encuentros internacionales

Los días 9 y 10 de mayo se realizó el primer **Chile Summit Europa**, en España, junto a contrapartes españolas del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), en compañía de la Subsecretaria de Agricultura, Ignacia Fernández, y representantes de CORFO y SOFOFA. Se trató de un nuevo tipo de evento para promover la exportación de innovación y servicios de base tecnológica, que reunió a una decena de actores del sistema de innovación de Alemania, Noruega, Finlandia, Italia y Reino Unido, además

de representantes de comunidades españolas y más de 20 empresas de ese país, junto a 17 empresas chilenas que buscaron aumentar su presencia en el continente europeo.

Encuentro **LATAM México 2024**, realizado entre el 23 y 27 de junio, en conmemoración por los 25 años del tratado de libre comercio entre Chile y México. El encuentro contó con la participación de 81 exportadores y 154 importadores (138 de México y 16 de otros países de Latinoamérica), totalizando 642 reuniones y una proyección de negocios de US$ 13,4 millones. Adicionalmente, se llevaron a cabo 12 visitas a terreno. El evento se consolidó como una plataforma clave para fortalecer lazos comerciales en la región, logrando importantes acuerdos que impulsaron la integración y el desarrollo regional.

Entre el 27 y 30 de agosto, se realizó el **Chile Summit India**, primera actividad de alto impacto de posicionamiento que realiza Chile en este mercado, la tercera potencia económica de Asia y quinta economía más grande del mundo. El evento organizado por ProChile, contó con la participación de una delegación público-privada, encabezada por los ministros de Relaciones Exteriores y Agricultura, además de 10 gremios del sector privado, llevando a cabo cerca de 20 actividades en las ciudades de Nueva Delhi y Mumbai, orientadas a fortalecer vínculos institucionales entre Chile e India, identificar oportunidades de cooperación comercial y progresar en acuerdos que ayuden al intercambio de bienes y servicios. Durante el primer día de actividades de Chile Summit India, ProChile lanzó la campaña "Flavors from Chile" que tiene como objetivo promocionar alimentos chilenos en el mercado. Mientras que, en el último día de actividades, en Mumbai, ciudad sede de la industria audiovisual conocida como Bollywood, se realizó la actividad "Shoot in Chile", donde se presentaron las múltiples alternativas que ofrece nuestro país para que producciones audiovisuales indias puedan usar nuestro territorio como locación de grabación ante una audiencia de más de 80 productores, directores y actores del sector audiovisual indio.

Entre el 30 de septiembre y el 4 de octubre se realizó la **Chile Week Brasil 2024**, con actividades en las ciudades de São Paulo, Brasilia y Belo Horizonte. Incluyó una rueda de negocios en São Paulo enfocada en alimentos, donde 34 empresas nacionales sostuvieron 320 reuniones con 70 compradores, proyectando negocios por más de US$15 millones. La actividad buscó fortalecer los lazos comerciales y ampliar la presencia chilena en el mercado brasileño.

Entre el 1 y el 7 de diciembre se llevó a cabo la novena edición de **Chile Week China**, con la participación de 25 empresas chilenas que realizaron más de 500 reuniones en Beijing, Hangzhou, Chengdú y Guangzhou. El evento reunió a más de 650 importadores y distribuidores chinos. Durante la actividad, ProChile firmó un Memorándum de Entendimiento con el Buró de Desarrollo Económico de Hainan. Una de las novedades fue la instalación de mercaditos "Made by Chileans" en puntos icónicos de varias ciudades, donde se ofrecieron más de 12.000 porciones gratuitas de productos chilenos.

Adicionalmente, y como parte de la estrategia de diversificación de la oferta exportable, así como sumar más empresas al proceso exportador, se llevaron a cabo encuentros internacionales en el marco de las relaciones bilaterales con socios comerciales relevantes como:

En el marco de la Presidencia Pro Tempore de Chile en la Alianza del Pacífico, se llevó a cabo en Santiago, entre el 1 y 4 de julio, la **XI Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico**, reuniendo a exportadores e importadores de Chile, Colombia, México y Perú, junto con representantes de mercados clave como Estados Unidos, Reino Unido, Corea del Sur, Japón y varios países europeos. El evento contó con la participación de 154 empresas, que realizaron 538 reuniones de negocios, proyectando transacciones por US$ 55 millones. Además, 102 exportadores de los países miembros presentaron sus productos a 52 potenciales importadores, generando nuevas oportunidades de comercio intrarregional e internacional hacia Norteamérica, Asia y Europa.

En el marco de la Alianza del Pacífico, destaca también el **XI Foro de Emprendimiento e Innovación LAB4+**, realizado en noviembre, en el marco de la cuarta edición del EtMday 2024, el Encuentro Internacional de Innovación, Emprendimiento e Inversión más grande de Latam, en el cual se conecta a todo el ecosistema E+I con grandes empresas e inversionistas a través de charlas, ruedas de contacto, elevator pitch, zona de VC's, entre otras actividades de networking. El evento se centró en sectores clave como tecnologías de la información, inteligencia artificial, cambio climático, ciberseguridad y servicios financieros, con el objetivo de proyectar estas industrias a nivel internacional; reunió a 157 empresas, incluidas 33 startups, 16 inversionistas, 28 compradores y 80 exportadores de servicios de los países miembros de la Alianza del Pacífico, generando una proyección de negocios por más de 10 millones de dólares.

Finalmente, el **XIV Encuentro Binacional Perú-Chile** se desarrolló en Arica del 3 al 5 de diciembre, registrando una proyección de negocios de US$ 16,6 millones tras la

realización de más de 350 reuniones. Participaron empresas de Chile, Perú, Argentina, Paraguay y Uruguay, superando las expectativas iniciales de US$ 14,4 millones alcanzadas en 2023 en Tacna. Este resultado representó el más alto en la historia del evento desde su inicio en 2010.

Expo OSAKA 2025

Por último, es importante señalar que durante 2024 ProChile trabajó activamente para la participación de Chile en la Expo OSAKA 2025. El 17 de octubre de 2023 el país aceptó la invitación de Japón para participar en la Exposición Universal que se realiza en ese país asiático entre el 13 de abril y el 13 de octubre de 2025, con un Pabellón ubicado en la zona de concepto "Salvando Vidas".

La participación de Chile en Expo Osaka 2025 es liderada por la Cancillería, a través de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales y de ProChile, como la entidad mandatada a la promoción de bienes y servicios chilenos en el mundo.

Participar en este evento es un "proyecto país", que transmite una clara señal de la determinación política del Estado chileno por avanzar en su relación con Japón y posicionarse en el Asia Pacífico como un país líder. La participación de Chile pretende:

- Fortalecer la relación Chile - Japón: seguir fortaleciendo las relaciones bilaterales con Japón, uno de los principales socios comerciales de Chile, país con que se tiene una larga tradicional diplomática.
- Diversificación del Comercio Internacional: Continuar la diversificación del comercio bilateral entre ambos países, atraer las inversiones y potenciar la imagen país en Japón, el mundo y en Asia, destacando los avances en ciencia, sostenibilidad y otros países estratégicos de la política exterior chilena.
- Impulsar la participación de nuestro país de una forma creativa, innovadora, que incluya a todos, vinculando la sociedad civil, entidades políticas y regiones.
- Visibilizar beneficios para Chile: visibilizar los beneficios para Chile de la participación en Osaka que, además de ser una oportunidad comercial, es una oportunidad para mostrar la idiosincrasia de Chile y conectar con el público asiático, dándole un foco ciudadano a nuestra participación.

Como se ha señalado anteriormente, todas estas actividades buscan ofrecer más y mejores oportunidades para que las empresas chilenas puedan llevar sus productos y servicios a más mercados, favoreciendo el incremento del comercio de Chile con el mundo.

Adicionalmente, pensando en entregar un mejor servicio a las empresas que atiende, ProChile ha introducido una serie de mejoras en sus procesos, colocando al usuario en el centro de la gestión, con esto buscamos mejorar la experiencia con los servicios recibidos por parte de nuestra institución.

Objetivos estratégicos

Objetivo N°1: Internacionalización y pymes

ProChile al ser la institución encargada de promover la oferta de bienes y servicios chilenos en el mundo, centra su trabajo en acompañar a las empresas durante todo su proceso exportador para facilitar el ingreso y permanencia en los mercados, transformando este propósito en su principal objetivo institucional. Con esto se busca que las empresas que no exportan ingresen al proceso exportador, y las que ya exportan se mantengan de esta forma, para lograr que más empresas se beneficien del comercio internacional.

Esta ha sido la base del trabajo de ProChile: unir la oferta nacional con la demanda internacional desde su creación hace 50 años y hoy, sigue más vigente que nunca.

En este sentido, ProChile se ha establecido como un socio estratégico para las empresas que aún no han incursionado en los mercados internacionales y desean dar sus primeros pasos en el proceso de internacionalización. Para ello ofrece un conjunto de servicios esenciales, que incluyen asesoría especializada, programas de capacitación, acceso a información relevante y herramientas de promoción, facilitando así su camino hacia el éxito en el comercio exterior.

Además, la institución goza de un consolidado posicionamiento entre las empresas chilenas instaladas en el exterior, gracias al trabajo que realizan sus agregados y representantes comerciales, entregando servicios como agendas de reuniones, conexiones locales, información de orden técnico, entre otros.

Las empresas pymes y mipymes con las que trabaja la institución, son las que más dificultades tienen de acceso a información e identificación de oportunidades de negocios potenciales. En 2024, el 40% de las empresas atendidas por ProChile fueron pymes, y si lo extendemos a mipymes la cifra llega al 64%. Estas cifras son relevantes, más aún si consideramos que de ese universo, 408 pymes no habían trabajado con la institución anteriormente, y este año pasaron a ser usuarias. Los principales servicios ofrecidos corresponden a Apoyo y asesoría, Capacitación y acciones para el desarrollo de capacidades exportadoras, junto a Envío de oportunidades de negocio.

Este trabajo ha permitido que 348 empresas que no exportaron en los 3 años anteriores, sí lo hayan hecho en 2024, siendo un resultado relevante, ya que corresponden principalmente a empresas pequeñas y micro, de los sectores de servicios, agroalimentos y economía creativa.

Por otro lado, se logró que 268 empresas que exportaban en forma intermitente lograran en 2024 exportar en forma continua, representando el 26% de las empresas atendidas con exportaciones irregulares. Nuevamente podemos ver que las empresas pequeñas y micro fueron las que mayormente lograron superar esta valla, en este caso, principalmente del sector agroalimentos.

En materia de acciones de promoción comercial las **Ruedas de Negocios** organizadas por ProChile se han transformado en una importante herramienta de generación de contactos comerciales para la oferta exportadora nacional. Tal como se mencionó anteriormente, en 2024 ProChile organizó una serie de ruedas de negocio, tanto en Chile como en el exterior, destacando entre ellas las Enexpro, Chile Week, Chile Summit, entre otros; las cuales contaron con una participación de más de mil empresas a nivel nacional, dentro de las cuales el 43% fueron empresas pymes y el 62% mipymes.

En esta misma línea, las **Agendas de Negocios** coordinadas por nuestras oficinas regionales y comerciales buscan conectar a las empresas exportadoras o con potencial exportador, con compradores o distribuidores internacionales. En 2024 se realizaron casi 1.200 agendas de reuniones, en las que el 40% de las empresas chilenas involucradas fueron pymes.

Otra de las herramientas demandadas por los usuarios son las **Acciones de Promoción** tales como, degustaciones, pitching y/o exhibiciones de productos o servicios, en las cuales, 971 empresas pudieron dar a conocer sus productos a importadores en los mercados. Nuevamente, las pymes y mipymes fueron las principales usuarias de este tipo de instrumento con un 34% y 59% de participación, respectivamente.

Adicionalmente, este 2024 se abrieron convocatorias de los concursos de promoción de exportaciones para empresas de los macrosectores de servicios, economía creativa y silvoagropecuario, con especial énfasis en pequeñas y medianas empresas exportadoras, que tuviesen capacidad de gestión y compromiso en el desafío de internacionalización, que incorporaran la sostenibilidad en su gestión y contaran con iniciativas escalables y con valor agregado e innovación en el modelo de su negocio o producto. Como resultado de este proceso, se adjudicó un total de 90 proyectos, de los cuales el 43% corresponde a proyectos empresariales, y entre ellos, el 87% son empresas pyme.

Por su parte, las **misiones comerciales** organizadas por ProChile han resultado de gran ayuda para la internacionalización de las empresas pymes. En 2024 se realizaron más de 60 misiones comerciales que beneficiaron a 485 empresas, principalmente pymes (45%) y mipymes (79%).

Otro tipo relevante de herramientas disponibles para el sector exportador son las **ferias internacionales**, que reúnen a compradores y vendedores de productos y servicios de los más diversos sectores. Un total de 604 participaciones de empresas chilenas se generaron en las 47 ferias internacionales organizadas en 2024, las cuales abarcaron sectores tan diversos como: Editorial, Videojuegos, Minería, Productos del Mar, Audiovisual, Innovación, Frutos Secos, Proveedores Acuícolas, entre otros.

Adicionalmente, y como una forma de levantar las diferentes inquietudes del sector exportador, desde hace varios años ProChile viene realizando los Consejos Regionales Exportadores (CRE), instancia de conversación con las asociaciones regionales y empresas exportadoras regionales, donde se abordan distintas temáticas en el ámbito de la promoción de las exportaciones. Con el objeto de propiciar 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 2024 se realizaron 16 CRE, uno en cada región, los que en total contaron con la participación de 191 empresas y 14 asociaciones gremiales, donde se presentaron y analizaron los resultados de las actividades comerciales que realiza la institución. Asimismo, en este espacio de colaboración y proyección empresarial, se evaluaron y discutieron las nuevas oportunidades y desafíos para la internacionalización regional, especialmente en la diversificación de la oferta y/o mantención e incremento de la cobertura en los mercados internacionales.

En esta constante búsqueda por apoyar la internacionalización de las empresas, ProChile se unió con Wallmart Chile en su Growth Summit, iniciativa pionera en el país que busca ser un puente entre la multinacional y los proveedores locales que quieren comercializar sus productos a través de sus diferentes plataformas de venta en Chile y el mundo.

La iniciativa de Walmart presenta una oportunidad para que empresas chilenas se conviertan en proveedoras de una importante compañía internacional, lo que podría abrir las puertas de otras iniciativas similares en otros mercados, lo cual, permitiría seguir generando crecimiento y empleo en Chile.

En esta oportunidad postularon más de 680 empresas nacionales de diferentes tamaños, 100 de las cuales quedaron seleccionadas, 54 obtuvieron un "Golden Ticket": el pase que les da la posibilidad de ser proveedores de la compañía, 18 de estas fueron invitadas a unirse a la red de proveedores de Walmart Chile y 36 ganaron un "pase" para exportar.

Adicionalmente, Walmart Chile dio a conocer el lanzamiento de la cuarta etapa de su iniciativa "Ruta del Emprendimiento", y que llevará a cabo en conjunto con ProChile. Se trata del programa Potencia Pyme Export, alianza que entregará apoyo a las Pymes en la construcción de capacidades para exportar sus productos, aprovechando las experiencias de ambas instituciones en la materia.

La estrategia institucional se basa en un trabajo sectorial, organizado en 4 macrosectores, de acuerdo con la oferta exportable nacional.

Agroalimentos

El sector agroalimentario chileno es uno de los más dinámicos de la economía nacional, por su aporte al PIB, el que se estima alrededor del 4,8% en 2024. Este sector genera alrededor de 290 mil empleos directos en el país, de los cuales un porcentaje importante son empleos exigentes en conocimiento y capacidades específicas.

Chile es reconocido mundialmente por sus productos agrícolas de alta calidad, con estándares en inocuidad y sostenibilidad, lo que se traduce en condiciones óptimas que permiten cumplir las exigencias de nuestros socios comerciales.

Dentro del sector de agroalimentos existen alrededor de 27 subsectores asociados a la exportación. ProChile ha priorizado varios de ellos para el fortalecimiento de la promoción internacional: vinos, pisco, fruta fresca, productos del mar, carnes, apícola, frutos secos y deshidratados, agroindustria, lácteos, aceite de oliva, productos orgánicos, innovación alimentaria y soluciones para la agricultura.

La estrategia de ProChile en Agrolimentos se encuentra basada en los distintos componentes subsectoriales, los que en su conjunto buscan incrementar el posicionamiento de los productos exportados nacionales bajo un hilo conductor que incorpore la promoción de Chile como líder mundial en la producción y exportación de alimentos.

A) Exportaciones

Las exportaciones del sector de agroalimentos alcanzaron los US$ 22.866 millones en 2024, representando un incremento de 6,9% respecto de 2023. Es el principal macrosector dentro de los envíos no cobre del país, con cerca de 990 productos diferentes, que van a más de 170 destinos, siendo los principales mercados: Estados Unidos, China, Japón y Brasil.

Los principales subsectores exportados en 2024 fueron Salmón y trucha (28%), Cerezas frescas (14%), Uvas frescas (4%), Carne de porcinos (3%) y Manzanas frescas (3%), destacando entre los principales aumentos los siguientes productos:

Cerezas frescas

Las cerezas frescas han mostrado un significativo valor histórico de exportaciones acumulando el mejor año en su historia con exportaciones de US$ 3.091 millones (+50,6% de variación anual). Su crecimiento ha ido al alza a partir de 2018; sin embargo, post pandemia comenzó a consolidarse como una de nuestras exportaciones icono alcanzando su peak histórico en 2024.Sus principales destinos fueron principalmente China con US$2.827 millones (+54,8% var anual) seguido por Estados Unidos (US$98 millones).

Ciruelas frescas

Las exportaciones de ciruelas frescas alcanzaron un récord histórico en 2024, totalizando US$ 308 millones, con un crecimiento del 40,4 % respecto a 2023. Sus principales mercados de destino fueron China (67,82%), Estados Unidos (11,5%) y Brasil (8,9%), con incrementos de 40,3%, 25,8% y 42,1%, respectivamente.

Kiwis frescos

En 2024, las exportaciones de kiwis frescos alcanzaron un récord de US$ 268 millones, con un incremento anual del 26,2% respecto a 2023, destacando su recuperación tras años de fluctuaciones en los mercados internacionales. Brasil se posicionó como el principal mercado, con un aumento del 34,6%, seguido de Estados Unidos con un crecimiento del 28,9%, y Reino Unido, con un incremento destacado del 68,7%.

Duraznos y nectarines frescos

Las exportaciones de duraznos y nectarines frescos han mostrado un crecimiento continuo a lo largo de los años, alcanzando en 2024 un valor récord de US$177 millones y un incremento del 24,4% respecto a 2023. En términos de mercados de destino, Asia lideró la demanda, con China consolidándose como el principal comprador con un crecimiento del 34,3% respecto al año anterior, seguido de Estados Unidos creciendo un 10,2 % anual, y México, con un incremento del 36,2%.

Jurel

En 2024, las exportaciones de jurel alcanzaron un récord histórico de US$ 402 millones, con un crecimiento del 12% respecto a 2023. África se posicionó como la principal región de destino, representando más del 80% de las exportaciones totales de jurel. Costa de Marfil lideró con una participación del 30,2%, seguida por Nigeria con un 29%.

Vino blanco embotellado (Riesling, Pinot Blanc, mezclas y otros):

Estas exportaciones alcanzaron en 2024 un valor de US$152 millones, lo que representa un aumento del 23,4 % en comparación con 2023. Japón experimentó un crecimiento del 28,5 %, se posicionó como el principal mercado asiático. En Europa, Reino Unidoe Irlanda destacaron como los mayores destinos, con crecimientos anuales de 47,7 % y 5,2 %, respectivamente, por su parte, Estados Unidos experimentó un incremento del 15,9 %, mientras que países como Brasil y México registraron crecimientos destacados de 52,1 % y 50,9 %, respectivamente.

B) Usuarios

El trabajo de ProChile con las empresas del macrosector Agroalimentos alcanzó en 2024 los 2.748 usuarios, representando el 49% del total de usuarios ProChile. De éstos, el 56% fueron empresas exportadoras (1.545), mientras que un 44% fueron empresas no exportadoras (1.203).

Del total de empresas usuarias, el 41% son empresas pymes y el 30% son empresas grandes. Si revisamos la distribución geográfica, estas empresas se encuentran domiciliadas principalmente en la región metropolitana (43%) y en la zona centro sur del país, Maule (11%), O'Higgins (7%), Valparaíso (7%).

Si analizamos el grupo exportador, observamos que las empresas pymes alcanzan el 44% y las grandes el 45%, evidenciando que las oportunidades de exportación no son sólo para las empresas de mayor tamaño. Cabe destacar que las empresas exportadoras usuarias de ProChile exportaron en 2024 US$ 21.023 millones y proporcionaron 290 mil puestos de trabajo.

C) Acciones realizadas

Sector Productos del Mar

Dentro de las actividades más relevantes este 2024, se encuentra la Enexpro Productos del Mar realizada entre el 27 y 29 de noviembre de 2024. Esta actividad reunió a 160 profesionales del sector exportador chileno. Se registraron 96 empresas nacionales y 30 importadores de mercados de Asia, Europa, Centroamérica y 3 importantes gremios relacionados. La actividad permitió a los participantes establecer vínculos estratégicos, explorar nuevos mercados y concretar negocios. Entre los resultados más relevantes, se destacó la proyección de negocios, que superó los 124 millones de dólares. Este impacto positivo refleja la relevancia de las actividades y las oportunidades generadas para las empresas chilenas en este sector.

Adicionalmente, se ha mantenido una destacada participación en diversas ferias internacionales, lo que ha permitido posicionar a Chile como un actor clave en el mercado global. El sector privado, junto a ProChile, participaron en las siguientes ferias 2024: Seafood Expo North America, Seafood Expo Global, Conxemar y China Fisheries. Esta participación coordinada y conjunta, permitió generar nuevas oportunidades de negocio y consolidar la marca país a nivel internacional. La presencia en forma continua en estas ferias ha sido fundamental, ya que fomenta el contacto directo con potenciales compradores y permite mantenerse al tanto de las tendencias del mercado global.

En términos de expansión, se ha trabajado activamente en la prospección de nuevos mercados con resultados exitosos. En particular, la ruta hacia Polonia y Lituania ha sido clave, concretándose importantes negocios que permitieron el ingreso del salmón Coho a estos países. Este avance es un reflejo de la creciente demanda y confianza en los productos pesqueros chilenos en Europa, lo que abre nuevas oportunidades para la diversificación de mercados.

Un hito relevante fue la apertura del mercado de Australia para el salmón chileno en 2024. Este logro abre nuevas oportunidades comerciales y es un testimonio del trabajo constante y coordinado que realiza Chile en la ampliación de su presencia en mercados estratégicos. Este proceso se complementó con la realización de un webinar coordinado junto a la oficina comercial, donde se abordaron temas claves sobre la prospectación del mercado australiano y sus oportunidades.

Sector Carnes

El apoyo de ProChile ha sido clave en la promoción de la industria cárnica en el exterior, fortaleciendo la presencia del sector en los mercados internacionales abiertos. Durante 2024, se realizaron acciones donde participó el sector como Chile Week China, campañas de promoción en Japón y Corea del Sur, la participación en ferias internacionales, misiones comerciales y la vinculación con compradores en el Sudeste Asiático y América Latina. Además, se desarrollaron proyectos de promoción público-privada en el marco de fondos concursables y la Marca Sectorial, permitiendo una mayor proyección del sector a nivel global. Adicionalmente, nuestras oficinas comerciales y sectorialistas colaboran con el Ministerio de Agricultura para nuevas aperturas comerciales del sector y eventos contenciosos.

Sector Fruta Fresca

Para mantener y fortalecer el posicionamiento del sector en los mercados internacionales, se desarrollaron diversas estrategias, incluyendo la participación en ferias especializadas, misiones comerciales y ruedas de negocios. Estas acciones se llevaron a cabo a través de convenios con instituciones y el respaldo de la red de oficinas comerciales de ProChile, permitiendo una mayor visibilidad y generación de oportunidades comerciales para nuestras empresas beneficiarias.

Dentro de las actividades destacadas en 2024: está la participación en la feria Fruit Logistica, una de las principales ferias de fruta fresca del mundo y punto de encuentro para actores de toda la cadena de valor en el sector, en el cual Chile estuvo presente con 60 empresas expositoras, que asistieron de la mano de Frutas de Chile y ProChile.

Asimismo, es importante mencionar la visita de 2 importantes importadores para este sector: por un lado, tuvimos la visita de la empresa importadora SORIANA de México, quien enfocó su interés en fruta fresca principalmente. Dicha visita se realizó en las regiones de O'Higgins y Maule, y se sostuvieron ruedas de negocios y visita a empresas. Por otro lado, y complementando el interés de nuestros usuarios por el mercado asiático, se coordinó la visita del importador chino Freshippo, con el fin de fortalecer la relación comercial entre Chile y China, explorando oportunidades para ampliar la presencia de nuevos productos chilenos en dicho mercado. La agenda incluyó visitas a plantas procesadoras, huertos y encuentros con representantes del sector exportador. Esta iniciativa reforzó el compromiso de Chile con la diversificación de mercados y la consolidación de su presencia en China a través de las plataformas de comercio electrónico y retail premium.

Sector Frutos Secos y Deshidratados

La estrategia del sector se basa en la participación en ferias internacionales, así como en la organización de misiones comerciales para abordar los mercados relevantes. Es así como en 2024 destaca la participación en las ferias Gulfood y Sial Paris. . La primera realizada a comienzos de año en Emiratos Árabes Unidos, y que contó con la presencia de una veintena de empresas chilenas en la mayor plataforma de negocios de alimentos y bebidas en Medio Oriente y África. Posteriormente, en la feria SIAL París, la principal exposición de la industria alimentaria a nivel mundial,la participación de Chile estuvo representada por 33 empresas, 30 de ellas productoras de almendras, nueces, ciruelas deshidratadas, pasas, avellanas, arándanos, y cerezas deshidratadas. Adicionalmente 3 empresas chilenas presentaron productos innovadores como barras nutricionales, trufas, aceite de nogal, harina de nuez, entre otros.

Otro de los hitos del sector este 2024, fue la misión comercial de 10 empresas chilenas de frutos secos a Varsovia y Cracovia. Esta actividad tuvo como objetivo fortalecer la presencia de Chile en el mercado europeo, explorando nuevas oportunidades de negocio y estableciendo relaciones comerciales estratégicas con importadores, distribuidores y minoristas polacos. Este es un nuevo mercado con gran crecimiento, y la participación en esta misión permitió fortalecer las alianzas comerciales y generar nuevas oportunidades de negocio en la región, especialmente en Europa Central.

Sector Vinos

En 2024, destacan acciones tales como, apoyo en la diversificación y posicionamiento del sector en el mercado de Japón con una muestra de productos en un mercado de alta relevancia, invitación a importadores de los mercados de USA y Puerto Rico los cuales tuvieron la oportunidad de conocer la oferta regional del sector con un programa especializado.

Adicionalmente, se potenció el trabajo en ciudades secundarias, el cual lleva tres años realizándose en los países nórdicos, en especial en el marco del Monopolio Sueco de vinos con énfasis en la coordinación con los gremios del sector.

Se retomó la promoción del sector con una iniciativa desarrollada durante el segundo semestre en el mercado de Perú y México, cuya convocatoria tuvo la participación de 15 y 18 empresas respectivamente. En el caso de México, las actividades estuvieron enmarcadas en la conmemoración de los 25 años del TLC Chile - México y los 194 años de las relaciones Diplomáticas Chile - México.

Finalmente, en términos de acciones sectoriales, se realizó una degustación colaborativa con la embajada de México en la ciudad de Los Ángeles EE. UU., donde se aprovechó la plataforma para promocionar el sector junto con el tequila como producto nacional de México. La prioridad en el mercado mexicano se establece ya que es el segundo mercado para el vino en Latinoamérica.

En términos de muestra ferial, el sector participó en la Feria Prowein en Düsseldorf a través de un convenio de colaboración con el gremio Wines of Chile y MOVI, donde en conjunto la participación de Chile se reflejó en una superficie de aproximadamente 780 mt2 aprox con 50 empresas del sector.

Sector Innovación Alimentaria:

El trabajo para este sector en 2024 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.

Hay que 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 siendo jurado en los Catálogos de Innovación Alimentaria de Transforma Alimentos, trabajo que lleva cuatro versiones, las cuales muestran año a año las 50 iniciativas más innovadoras del sector. Bajo este programa se potenció la participación de empresas de este sector en la feria "Food & Service 2024", realizada en Chile. Adicionalmente, ProChile participó en una mesa de trabajo establecida para apoyar un estudio sobre las algas marinas en Chile, con fondos del Banco Mundial, el cual se enfoca en el impacto del cambio climático en este sector productivo y sus oportunidades.

Sector Apícola

En 2024 se realizaron importantes talleres dirigidos al sector, que generaron gran asistencia e interés:

Taller Características y recomendaciones para abordar los mercados de Japón y EE. UU., para las mieles chilenas.
Taller Diversificación de mercados para las abejas reinas chilenas, que abordó los mercados de Francia y Brasil.

En ambos casos, se contó con las exposiciones de representantes del Servicio Agrícola y Ganadero SAG, de las Oficinas Comerciales de ProChile y de empresas del sector que expusieron sus experiencias de exportación.

Sector Proveedores para el Agro

Este sector forma parte del Programa de Soluciones Globales de ProChile, que se enfoca en promover soluciones para los grandes sectores productivas. Las empresas tuvieron el año pasado la posibilidad de participar en diversas acciones durante el 2024, siendo las principales: Enexpro Soluciones Globales, Misiones a Perú, Feria Expo Agrofuturo en Colombia y Traída de contrapartes mexicanas.

Programa Ruta Exportadora para Agricultura Menor Escala (AME)

ProChile desarrolla el Programa Ruta Exportadora para Agricultura de Menor Escala (AME), el cual está dirigido a Empresas y/o productores de bienes, individuales o asociativas, exportador indirecto, con potencial exportador y exportadores directos y/o intermitentes, que pertenezcan al segmento AME. El programa se planteó con una proyección a 4 años, dada la complejidad del segmento y la necesidad de apoyo a mediano y largo plazo.

En 2024 se realizó una convocatoria pública, que permitió trabajar con 38 empresas que participaron de las diferentes acciones e instrumentos de fortalecimiento de producción e internacionalización de las empresas. El 95% de estas empresas provino de regiones fuera de la RM y de estas el 30% (12) son exportadoras directas y/o intermitentes. Durante este año, 26 empresas con potencial exportador recibieron capacitación Nivel II en materias de comercio internacional, 10 empresas exportadoras recibieron mentorías a la medida, 12 empresas participaron en misión al mercado de Paraguay, y 4 empresas en rondas de negocios en Chile Week Brasil. Adicionalmente, 3 empresas participaron en la feria Food&Service realizada en Chile (Espacio Riesco) con estand de exhibición de sus productos.

Es importante destacar dos logros relevantes respecto del trabajo realizado, una empresa que participó en la misión de Prospección a Brasil el año 2023, que trabaja y exporta abejas reinas vivas, realizó la primera exportación de Chile al mercado de Brasil, dejando así una gran oportunidad para los que vienen. Otro logro importante fue la exportación de 4 contenedores de pasas negras y rubias, a Emiratos Árabes Unidos, por parte de una empresa de Valparaíso, luego del trabajo de Mentoría que los apoyó en la definición de precios y estrategia de marketing. Por último, se inició el trabajo del proyecto Unboxing, que tiene por objetivo mostrar la oferta exportable de la agricultura de menor escala al mundo, avanzando en la compra de productos estrella a 10 empresas del programa, con el propósito de priorizar mercados de la red de Oficinas Comerciales de ProChile, para su posterior envío.

Sector Pisco

Desde Argentina, hasta China, pasando por Brasil, Canadá, España, Reino Unido, Alemania, Francia, solo por nombrar algunos mercados de trabajo, hemos estado implementando acciones bajo la campaña Pisco chileno, First Spirit, para apoyar el conocimiento internacional de nuestro destilado, la inserción de nuevas empresas y etiquetas, y el fortalecimiento de la promoción y venta con los importadores.

Para lo anterior, y gracias a los proyectos FNDR de Atacama y Coquimbo, más los recursos de la Glosa alojada en ProChile hubo un gran despliegue de actividades tendientes a que el posicionamiento y el negocio internacional del pisco se viera incrementado y ya hemos visto cifras positivas que avalan este trabajo institucional y empresarial, llegando a 43 destinos con montos de US$5,5 mm el año 2024, un 33% más que el año anterior.

Se ejecutaron las necesarias degustaciones y masterclass, y hemos gestionado además la presencia del sector en ferias como la Prowein 2024 en Brasil y los preparativos para ferias emblemáticas como Vinexpo en Francia y Prowein en Alemania para este 2025. Se sumaron el desarrollo de sitios web para incentivar el consumo y facilitar la compra, publicaciones en medios especializados, se desarrolló un fuerte trabajo con bartenders en competencias de coctelería y con influencers como actores clave para llegar al consumidor final. Vinieron importadores y expertos a conocer la zona pisquera y tenemos una barra permanente de vino, pisco y otros alcoholes en la Feria Universal de Osaka.

Industrias 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 objetivo principal del macrosector es lograr posicionar la oferta nacional en mercados internacionales de nicho, específicamente Latam, generando vínculos comerciales, intercambio de tecnologías y alianzas estratégicas, destacando el desarrollo tecnológico que hace más eficiente y competitiva la oferta exportable.

Para ello, se crean mesas de trabajo Público-Privadas donde diseñamos un Plan de Internacionalización e impulsamos alianzas colaborativas en la industria, creando redes de apoyo, que nos permitirán, contar con información relevante para conocer oportunidades del mercado y así facilitar herramientas de promoción, tanto como iniciativas y acciones de apoyo. Para este trabajo ProChile ha priorizado 7 subsectores: proveedores para la minería, soluciones para la acuicultura, industria forestal, envases, embalajes y reciclaje, salud y bienestar, defensa no bélica y metalmecánica, industria avanzada y electro electrónica.

A) Exportaciones

Las exportaciones del macrosector alcanzaron los US$ 13.548 millones en 2024, representando una disminución de -2,4% respecto del año anterior, impulsada por una baja en las exportaciones manufactureras (-13,6%), y compensado con los buenos resultados observados en las exportaciones forestales (15,3%). Si bien las exportaciones de celulosa y yodo representan parte importante de las exportaciones del macrosector (35%), destacan las exportaciones de Productos de hierro y acero (5%), Madera aserrada y/o cepillada (5%), Tableros de madera (5%), Abonos de origen animal o vegetal (4%), Madera contrachapada (3%) y Productos químicos orgánicos (3%).

Sin considerar las exportaciones de celulosa y yodo, los principales mercados de destino son Estados Unidos (19%), Perú (6%), Brasil (5%), México (5%) y China (3%).

En 2024 destacan dentro de los principales aumentos los siguientes subsectores:

Envases Metálicos

Las exportaciones de envases metálicos alcanzaron en 2024 un récord de US$250 millones, lo que representa un incremento del 6,8% respecto a 2023. Brasil se posicionó como el principal destino, registrando un crecimiento anual del 65,4 %. Estados Unidos, Perú (+8,5%) y Argentina (+24,0%) también registraron aumentos importantes. En Europa, Italia sobresalió con un crecimiento del 51,5%. Por otro lado, mercados emergentes como Singapur y Uruguay mostraron crecimientos excepcionales del 107,9% y 134,8%, respectivamente, destacando la diversificación geográfica y el fortalecimiento de relaciones comerciales con Asia y América Latina.

Tableros de Madera

Las exportaciones de tableros de madera alcanzaron en 2024 los US$ 620 millones, con un incremento del 8,3% respecto a 2023. Estados Unidos se posicionó como el principal destino, registrando un crecimiento anual del 4,9%, seguido de México (+23,1%), Colombia (+31,8%) y Canadá (+76,0%).

Productos químicos orgánicos

Las exportaciones de Productos químicos orgánicos alcanzaron en 2024 los US$ 425 millones, con un incremento del 9,5% respecto a 2023. Brasil es el principal mercado de destino de este producto, abarcando el 55% del total de los montos exportados; sin embargo, este 2024 presentó una disminución del 16%. No así los otros mercados que le siguen en importancia: China (+54%), Corea del sur (+49%), Perú (+843%), Taiwán (+260%) y Ecuador (+1369%).

B) Usuarios

En 2024 ProChile trabajó con 1.000 empresas usuarias, dentro de las cuales el 49% (485) son empresas exportadoras.

De las 1.000 empresas usuarias, el 42% son empresas pymes y el 37% son empresas grandes; y se encuentran distribuidas geográficamente, principalmente en la región metropolitana (36%), Valparaíso (14%), Biobío (9%) y Maule (7%).

Dentro de las empresas exportadoras (485 empresas), el 59% son empresas grandes y el 36% pymes. Estas empresas exportaron en 2024 US$ 9.271 millones y proporcionaron 109 mil puestos de trabajo.

C) Acciones realizadas

Proveedores para la Industria Minera

Es importante señalar, que el principal foco de este subsector es apoyar el Desarrollo Exportador de los Proveedores de Soluciones para la Industria minera y en ese marco se está trabajando en una mesa público – privada, en la cual se realizó un catastro de la oferta nacional, la diversificación de la oferta exportable y la apertura a nuevos mercados, para ello se está fortaleciendo la participación en mercados como Brasil, Ecuador, Argentina, Australia y continuar con iniciativas en Perú. Participamos en las principales ferias del sector, como PDAC, en la que participaron 9 empresas lideradas por mujeres; EXPOMINAS PERU con la participación de18 empresas pyme exportadoras; Expominas Ecuador y Perú, Imar-Australia, y Exposibram. Además de la participación en la Exponor, principal feria internacional realizada en Chile, en la cual ProChile realizó una rueda de negocios que contó con la participación de más de 14 compradores internacionales y 150 empresas chilenas.

Proveedores para la Acuicultura

El año 2024 se consolidó este sector al generar acciones en conjunto con privados, específicamente en la Región de los Lagos, donde se encuentra la principal oferta nacional. Este año ProChile contó con un meeting point con empresas del sector en dos importantes ferias: Aquishow en Brasil, AquaExpo Ecuador y Aquaculture en UK, mercado en el cual las empresas participantes tuvieron una instancia de inmersión previa. Además, se realizaron estudios para identificar el ecosistema acuícola en Estados Unidos y Japón mediante la realización de estudios, con el objetivo de prospectar alianzas estratégicas para estimular negocios futuros. Con el mercado de Colombia se realizó un pitch para empresas locales, que permitió conectarlos con el ecosistema acuícola colombiano, detectar sus necesidades y evaluar posibles alianzas estratégicas que permitan negocios conjuntos. En el marco de la feria internacional Aquasur, celebrada cada dos años en nuestro país y que congrega a la industria acuícola mundial en nuestro territorio, realizamos una rueda de negocios que permitió conectar a las empresas locales que ofrecen soluciones para la acuicultura, con potenciales compradores traídos desde los mercados más relevantes y exigentes en el concierto internacional.

Forestal

Las iniciativas ejecutadas en el 2024 buscaron consolidar la presencia de la industria forestal chilena en mercados estratégicos, favoreciendo la generación de negocios, la transferencia de conocimientos y el posicionamiento internacional del sector. Entre las actividades realizadas en este sector destaca la participación con 7 empresas chilenas en la feria Interzum Colombia, feria especializada en insumos, materiales y tecnologías para la industria del mueble y la carpintería en Latinoamérica y El Caribe.

Adicionalmente, se realizó una misión comercial a Guadalajara, en el marco de la conmemoración de los 25 años del TLC Chile-México, y una misión comercial Forestal a La Paz, Baja California. En Chile, se llevó a cabo la Semana de la Industria Forestal, evento que incluyó diversas acciones como ruedas de negocios, conversatorios, actividades de networking y visitas técnicas. En la actividad se reunieron a 35 empresas del sector con 10 importadores provenientes de Latinoamérica y Centroamérica.

Para concluir las actividades del 2024, en noviembre se realizó una rueda de negocios en la Expocorma, en la que participaron 19 empresas chilenas, las que tuvieron la posibilidad de reunirse con 4 importadores provenientes de los mercados de Perú y Guatemala. La actividad contó con la visita de una delegación público-privada de Paraguay para conocer la experiencia del desarrollo forestal chileno y en explorar oportunidades de inversión.

Envases y embalajes

La estrategia de este sector se basa en la participación en Ruedas de Negocios, seminarios y Ferias internacionales, buscando dar a conocer el desarrollo y la innovación. Durante La semana de la industria, se invitaron a 8 importadores a conocer en terreno la oferta empresarial nacional. Posteriormente, se participó en la Feria Ecomondo en Italia, junto a 10 empresas pyme del sector, y la Fundación Chile, con excelentes resultados en la generación de alianzas estratégicas, joint-ventures. Esta iniciativa fue de continuidad a la participación Ifat 2024, en Alemania, con 14 pymes. Fundamental fue el trabajo con socios estratégicos como CENEM (Centro de envases y embalajes de Chile), ANIR (Asociación de Reciclaje) y ASIPLA (Asociación del plástico).

Salud

El trabajo en el sector salud se basó en dar continuidad y consolidación a la mesa de salud público-privada, fortaleciendo la oferta nacional, y el reposicionamiento de ProChile en el trabajo con las principales asociaciones gremiales exportadoras de este sector, lo que incluyó un trabajo conjunto con el Instituto de Salud Pública (ISP). 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.

Como parte de las actividades que se llevaron a cabo en el sector destacan la Misión Comercial de Salud a Ecuador, donde 6 empresas tuvieron la oportunidad de participar de jornadas técnicas, reuniones bilaterales, visitas técnicas a partners del mercado y participación en ruedas de negocios, lo que permite posicionar a Chile en la región. 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, brindando oportunidades de establecimiento para el desarrollo empresarial, y el acceso a nuevas redes de contactos y recursos clave para el éxito en el mercado global de la salud, como también la participación de dos empresas en el Innovation Exchange Program, que corresponde aún programa exclusivo de la Clínica Mayo, una de las instituciones médicas más reconocidas a nivel mundial. Se suma, asimismo, la participación en Feria CPHI, como parte de la diversificación de mercados en que participaron 4 laboratorios farmacéuticos chilenos, lo que permitió contar con una perspectiva más amplia sobre el mercado internacional en el área Pharma.

Servicios y Turismo

El macrosector Servicios y Turismo representa un eje fundamental no sólo en la economía chilena, sino que también en el posicionamiento e imagen internacional de nuestro país, ya permite posicionar a Chile como un polo de innovación en la región, fundamentando su oferta en el desarrollo de soluciones basadas en conocimiento, alto valor agregado e incorporación de una fuerte base tecnológica.

En este sentido, durante el 2024 con el propósito de potenciar la sofisticación, diversificación e imagen país de nuestra matriz exportadora, ProChile continuó apoyando a través de sus distintos instrumentos y herramientas a empresas que incorporan estos factores de diferenciación, trabajando de manera colaborativa con las principales asociaciones y organismos públicos y privados vinculados, lo que agiliza el crecimiento y el proceso de internacionalización del sector.

La gestión realizada buscó la mantención y consolidación de los servicios chilenos en sus principales mercados de exportación, destacando Latinoamérica y Estados Unidos, así como avanzar en Europa especialmente en servicios con un mayor componente innovador. La estrategia implementada tuvo fuerte énfasis en empresas de base tecnológica, abordando los siguientes subsectores:

- Tics, considerando un trabajo específico para las verticales Fintech, Edtech, Healthtech.
- Servicios AEC, arquitectura, ingeniería, construcción + Smart City
- Soluciones de energías limpias, eficiencia energética y gestión hídrica
- Servicios y soluciones para la logística
- Servicios de educación superior
- Turismo Receptivo

Además, ProChile ha colaborado como interlocutor en la internacionalización y regionalización de la estrategia nacional de hidrógeno verde, por lo que se acordó la incorporación del trabajo sectorial con el fin de abordar y estructurar de mejor forma la articulación de la oferta exportable vinculadas al H2V.

A) Exportaciones

Las exportaciones de servicios han venido creciendo desde 2021, y alcanzando una cifra récord en 2024 con US$ 2.371 millones, representando un aumento de un 14,3% respecto del año anterior.

Esta cifra récord en la exportación de servicios genera optimismo, porque es un aporte para la diversificación de la canasta exportadora chilena, que es uno de nuestros objetivos institucionales. Los servicios chilenos se vinculan directamente con la innovación, exportación de conocimiento, talento y valor agregado, y hoy no solo tienen como destinos países de la región como Perú o Colombia, sino que también a mercados como Estados Unidos, Suiza, México y Reino Unido.

Los principales subsectores exportados en 2024 fueron TICs (26%), Mantenimiento y Reparación (17%), Financieros (11%) e Investigación y Desarrollo (10%), y los que presentaron mayores incrementos fueron:

Servicios de Mantenimiento y reparación

Los servicios de Mantenimiento y reparación durante 2024 han registrado su máximo histórico con un total de US$ 407 millones (41% crecimiento anual), explicado principalmente por las exportaciones de Servicios de mantenimiento y reparación de aviones, helicópteros y otros aparatos aéreos (US$379 millones; 52,1%) con destinos principales en Perú (US$252 millones; 58,8%) y Colombia (US$88,7 millones; 28,3%); y los Servicios de mantenimiento y reparación de contenedores (US$6 millones; 9%), con destinos principales como Estados Unidos (US$1,6 millones; 23%) y Brasil (US$0,1 millones; 464,1%).

Servicios de Asesoría

Los servicios de Asesoría lograron recuperar sus exportaciones alcanzando cifras similares hace 10 años, alcanzando los US$ 138 millones en 2024, con 30,9% crecimiento anual, explicado principalmente por servicios vinculados al área de marketing, tales como: Servicios de asesoría en gestión de la comercialización de empresas (marketing) (US$102 millones; 23,5%), con destino principal Perú (US$34 millones; 7,1%), y Colombia (US$38 millones; 29,8%); y Servicios de Asesoría en Estrategia Comunicacional y Publicidad (marketing) (US$15 millones; 137,4%), y sus destinos principales son Estados Unidos (US$8,6 millones; 928,1%), México (US$1,8 millones; 31,9%).

Servicios Financieros

Los Servicios Financieros han sostenido un crecimiento paulatino y estable durante los últimos 10 años, llegando a su mayor histórico el año 2024 con exportaciones por US$251 millones (+15,6% crecimiento anual), destacando los: Servicios de corretaje de reaseguros, que incluye: Servicios de corretaje de reaseguros; Asesoría técnica a compañías de reaseguros (US$60 millones; 0,9%), con destinos principales como Reino unido (US$24,4 millones; 1,4%), Estados Unidos (US$16,8 millones; 5,7%); Servicios de administración de carteras de inversiones extranjeras en el extranjero (US$38 millones; 31,2%), con destinos principales Luxemburgo (US$14,6 millones; 22,7%), Estados Unidos (US$14,7 millones; 20,5%); y, Servicios de distribución de cuotas de fondos de inversión extranjeros, tanto en el mercado local como internacional (US$38 millones; 31,2%), con destinos principales son Luxemburgo (US$17,8 millones; 86,6%), Estados Unidos (US$8,8 millones; 2,2%).

B) Usuarios

En 2024 ProChile trabajó con 1.129 empresas usuarias, dentro de las cuales el 32% (357) son empresas exportadoras.

De las 1.129 empresas usuarias, el 49% son empresas pymes, el 15% son empresas grandes, y el 22% son microempresas. Estas empresas se encuentran distribuidas geográficamente, principalmente en la región metropolitana (49%), Valparaíso (11%), Biobío (6%) y Antofagasta (5%).

Dentro de las empresas exportadoras (357 empresas), el 52% son empresas pymes, el 20% son grandes y el 18% son microempresas. Estas empresas exportaron en 2024 US$ 610 millones y proporcionaron 50 mil puestos de trabajo.

C) Acciones realizadas

Durante 2024, dentro de las principales acciones realizadas se pueden mencionar 14 misiones comerciales, 3 acciones de aceleración para facilitar la inserción en nuevos mercados, traída de empresas y tour operadores, y la presencia en 15 ferias internacionales. De estas actividades se destacan:

TICS

Participación por cuarto año en eMerge Américas Showcase, la principal conferencia de tecnología de Estados Unidos, que reúne a inversores de capital riesgo, empresarios e innovadores tecnológicos que dan forma al futuro de la innovación en el sector. Cerca de 100 empresas fueron seleccionadas para competir en la conferencia, 15 de las cuales fueron de Chile, lo que demuestra que nuestro país está a la vanguardia de la innovación y el espíritu empresarial en América Latina.

Energías limpias

Participación en Feria Intersolar South America, en Brasil y a la Feria ExpoSolar en Colombia, así como la realización de un programa de aceleración 2024 dirigido a las soluciones asociadas al cambio climático, este se llevó a cabo en las ciudades de Miami y Los Ángeles.

Servicios y Soluciones para la Logística

Para el Sector Logístico se invitó a una delegación de 4 empresas provenientes de Guatemala, Brasil y Paraguay, a fin de dales a conocer el funcionamiento y las oportunidades que puede ofrecer Chile, específicamente Iquique, Mejillones, Antofagasta, Santiago, San Antonio y Valparaíso, todas ellas reconocidas por la importancia de sus puertos.

Turismo

Se llevó a cabo el Fam Trip Palacio de Hierro – México, donde los representantes de la importante cadena visitaron las regiones Metropolitana, Valparaíso y Los Lagos. Además, en conjunto con Enoturismo Chile, se llevó la invitación a tour operadores del mercado de Brasil, donde además de conocer la oferta enoturística, participaron de 2 ruedas de negocios, la primera en Santiago y luego en la región de O'Higgins. Para finalizar el año, y en colaboración con SERNATUR, se llevó a cabo la ruta por la Patagonia para tour Operadores de Brasil, quienes visitaron las regiones de Aysén y Magallanes.

En los mercados se llevaron a cabo importantes eventos que relevaron al sector servicios, aquí se encuentran los

Summit, en España y Colombia, y el Chilean Innovation Tech Summit 2024 en Ciudad de México, el que busco reforzar la presencia de Chile en el ecosistema digital mexicano y fortalecer las relaciones bilaterales en el ámbito de la innovación, convocando a 165 asistentes, la presencia de 40 empresas chilenas y logrando 80 reuniones de negocios.

Finalmente, en Chile, el evento principal de este macro sector fue Enexpro Tech, encuentro exportador que reunió a más de 150 empresas chilenas y 33 compradores internacionales provenientes de 11 mercados estratégicos, incluidos Estados Unidos, España, México y Perú, con el objetivo de promover la exportación de servicios de alto valor agregado como FinTech, ciberseguridad, EdTech y Agrotech. El evento que concluyó con 700 reuniones y una proyección de negocios de más de 10 millones de dólares.

Adicionalmente, es importante señalar en 2024, la firma de un Convenio de Colaboración con la Subsecretaria de Ciencia y Tecnología, el reconocimiento que obtuvo ProChile, otorgado por Chiletec A.G, como la Institución Pública que más ha aportado en Innovación y Tecnología este 2024. Asimismo, ProChile recibió el sello "Agente de Cambio por el desarrollo logístico" por su apoyo al sector.

Economía Creativa

ProChile ha trabajado para potenciar la internacionalización de las industrias creativas chilenas a través de estrategias enfocadas en la promoción comercial, el posicionamiento de Chile como un referente creativo y la facilitación del acceso a mercados globales. Estas estrategias proporcionan oportunidades de negocios, acompañamiento estratégico y formación especializada en exportación. A través de su participación en ferias internacionales, misiones comerciales y rondas de negocios, se ha fortalecido la presencia del sector en el extranjero, consolidando redes con compradores e inversionistas clave, a través del desarrollo de la oferta exportable de 11 subsectores creativos: animación, artes escénicas, artes de la visualidad, artesanía, audiovisual, diseño, editorial, moda, música, narrativa gráfica e ilustración y videojuegos, como áreas de alto impacto global.

Además, ha contribuido a fortalecer la imagen de Chile en el mundo, proyectando al país como un polo creativo y cultural con capacidad para competir en los principales escenarios internacionales.

La estrategia del macrosector está basada en los siguientes pilares:

- **Promoción Comercial:** basada en la participación de actividades en los principales mercados globales del mundo, permitiendo conectar a las empresas chilenas con compradores, inversionistas y socios estratégicos.
- **Colaboración Público-Privada:** articulando estrategias con más de 26 gremios, fundaciones y cooperativas, además de la coordinación interinstitucional con entidades como MINCAP, CORFO, DIRAC y Chilecreativo, entre otros.
- **Desarrollo de Capacidades Exportadoras:** Programas de formación, mentorías y financiamiento para apoyar la internacionalización de las empresas creativas.
- **Fortalecimiento de eventos nacionales:** con el objetivo de acercar a compradores y contactos comerciales a las empresas chilenas, tales como Chilemonos (animación), Ch.ACO (artes visuales), IMESUR, Pulsar y Fluvial (música), Festival de Cine de Valdivia (audiovisual), Platea de Teatro a Mil (artes escénicas), Santiago Off (artes escénicas) y Festigame (videojuegos).

A) Exportaciones

Las exportaciones de las industrias creativas registraron un monto de US$ 98 millones en 2024, logrando un impresionante aumento de 31,5% respecto del año anterior. Estos sectores demuestran su potencial como motor de innovación y competitividad global. Animación y audiovisual tuvieron el mayor porcentaje de participación, mostrando además un crecimiento de 89,8% y 12,2%, respectivamente. En cuanto a los principales destinos, Estados Unidos, España y Reino Unido lideraron los envíos. En cuanto al sector editorial, sus productos y servicios se dirigen mayoritariamente a Estados Unidos, Argentina, México y Perú, entre otros.

Las exportaciones de estos sectores es uno de los pilares de la diversificación de nuestras exportaciones, aportando valor agregado, desarrollo de nuevas ideas, productos o modelos de negocios.

Las industrias creativas generan valor agregado no solo en términos económicos, sino también en innovación, propiedad intelectual y desarrollo cultural. Su aporte es clave para sofisticar la matriz exportadora nacional y proyectar al país en una economía global cada vez más basada en el conocimiento y la creatividad.

B) Usuarios

En 2024 ProChile trabajó con 734 empresas usuarias, dentro de las cuales el 22% (159) son empresas exportadoras.

De las 734 empresas usuarias, el 60% son microempresas, el 18% son empresas pymes y sólo el 2% son empresas grandes; estas empresas se encuentran distribuidas geográficamente, principalmente en la región metropolitana (46%) y Valparaíso (22%).

Dentro de las empresas exportadoras (159 empresas), el 55% son microempresas y el 32% son pymes. Estas empresas exportaron en 2024 US$ 34 millones y proporcionaron 1.378 puestos de trabajo.

C) Acciones realizadas

Ejecución de más de 60 actividades de promoción internacional, incluyendo ferias, misiones comerciales y programas de formación exportadora. Entre los eventos más destacados se encuentran:

- **Audiovisual:** Marché du Film (Festival de Cannes, Francia), Berlinale – European Film Market (Alemania).
- **Videojuegos:** Game Developers Conference (EE.UU.), Tokyo Game Show (Japón), Gamescom (Alemania), Gamescom Latam (Brasil), Digital Dragons (Polonia).
- **Animación:** MIFA Annecy (Francia), Pixelatl (México), Premios Quirino (España).
- **Editorial:** Frankfurt Book Fair (Alemania), FIL Guadalajara (México), Feria del Libro de Bolonia (Italia).
- **Música:** BIME Pro (España), BIME Bogotá (Colombia), Classical Next (Alemania), JazzAhead (Alemania).
- **Diseño y artesanía:** Shoppe Object (EE.UU.).
- **Moda:** Tranoï (Francia).
- **Narrativa Gráfica e Ilustración:** Festival de la Bande Dessinée d'Angoulême (Francia), Comic Con San Diego (EE.UU.).
- **Artes Escénicas:** Feria Tanzmesse (Alemania), Festibal Mirabilia (Italia).

Otros hitos a destacar en el 2024:

- Firma de convenio con el Consejo del Libro del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio para fortalecer la presencia en ferias internacionales del libro.
- Implementación, por primera vez en Chile, de un programa sectorial de sincronización musical en el marco de Fluvial, gracias al apoyo de ProChile.
- Fortalecimiento de sectores emergentes como artes escénicas, diseño, artes de la visualidad y artesanía en escenarios internacionales.

El reconocimiento internacional a las industrias creativas chilenas ha sido creciente, con premios y distinciones en animación, cine, música, videojuegos, literatura y cómic, entre otros. Un hito destacado de 2024 fue la obtención del galardón "Mejor Stand – Categoría Oro" en la FIL de Guadalajara, destacando por su diseño innovador y la integración de tradición literaria y tecnología.

Más de 200 empresas beneficiadas en los diferentes eventos nacionales e internacionales, fortaleciendo la promoción internacional de los sectores creativos en más de 20 mercados globales en los distintos continentes.

Finalmente hay que destacar que, en el último día de actividades de Chile Summit India 2024, en Mumbai, ciudad sede de la industria audiovisual conocida como Bollywood, se realizó la actividad "Shoot in Chile", donde se presentaron las múltiples alternativas que ofrece nuestro país para que producciones audiovisuales indias puedan usar nuestro territorio como locación de grabación. En esta ocasión se gestó la visita de productores indios de Bollywood en 2025 para identificar locaciones fílmicas para futuras realizaciones cinematográficas, reactivándose de esta forma la Film Commission para promover a Chile como destino de producciones audiovisuales globales.

El resultado del trabajo coordinado entre oficinas comerciales y regionales ha permitido implementar estrategias de mejora continua en el acompañamiento a empresas, optimizando el acceso a información relevante, programas de formación y vinculación con compradores internacionales. La retroalimentación de los gremios y asociaciones del sector ha sido clave para adecuar la oferta de apoyo a las necesidades reales de las empresas.

Objetivo N° 2: Diversificación

Uno de los objetivos clave de la política comercial de Chile es promover la diversificación en tres dimensiones esenciales: los productos exportados, las empresas exportadoras y los mercados de destino de las exportaciones. Avanzar en estas áreas contribuye a mitigar los efectos de los choques externos y a fortalecer la estabilidad económica.

Bajo esta consigna ProChile ha estructurado su estrategia de trabajo en diferentes áreas:

1) Productos exportados:

- Ampliar la gama de productos exportados.
- Incrementar los montos exportados de productos menos exportados.

2) Empresas exportadoras:

- Sumar más empresas exportadoras.
- Disminuir la concentración de las exportaciones en un número reducido de empresas.

3) Mercados de destino:

- Sumar nuevos mercados
- Incrementar los montos exportados a países con menores envíos.

En cuanto a la diversificación de empresas y productos, se ha identificado la existencia de una red de empresas que proveen de tecnología y servicios: por ejemplo, aplicaciones de inteligencia artificial o softwares de monitoreo para los camiones mineros, o soluciones tecnológicas para el control de calidad de las frutas que exportamos. También hay firmas que ofrecen asesorías integrales y herramientas especializadas para el agro o la acuicultura; tecnología para la gestión hídrica, eficiencia y ahorro energético, o para el monitoreo, control y análisis remoto del agua. En la industria forestal, hay empresas chilenas que ofrecen medición biométrica y de volumen de las cargas de los camiones. Todas estas empresas tienen amplia experiencia y conocimiento de sus sectores, y ofrecen productos y servicios innovadores y sostenibles, con alto potencial para internacionalizarse.

Para potenciar la internacionalización de estas empresas ProChile organizó una rueda de negocios en que participaron cerca de 150 empresas chilenas que proveen soluciones tecnológicas para estas industrias, frente a más de 40 contrapartes de América Latina y Canadá. La proyección de negocios de esa instancia superó los US$ 20 millones. También se realizó el primer Chile Summit Europa, en Madrid, donde 17 empresas innovadoras pudieron reunirse con sus contrapartes europeas, a fin de aprovechar las oportunidades que ofrece la modernización del Acuerdo de Asociación que tenemos con la Unión Europea. Chile también ha estado presente en instancias internacionales relevantes en el área de transición energética, como el Hyvolution o el World Hydrogen Summit, con delegaciones público-privadas que han mostrado el potencial de nuestro país.

Como señalábamos a un comienzo, la matriz exportadora de Chile ha pasado de exportar mayoritariamente cobre y minerales (85%), a incorporar cada vez más productos agropecuarios, pesqueros, industriales y forestales (48,9% del total exportado en 2024).

En este afán ProChile, a través de sus 16 oficinas regionales y las 54 oficinas comerciales, ubicadas en los principales mercados internacionales, trabajan para sumar más productos a la canasta exportadora, así como aportar en el incremento de los montos exportados de aquellos productos no tradicionales. A modo de ejemplo, podemos señalar algunos productos que experimentaron incrementos importantes en los montos exportados este 2024 respecto al 2023, entre los cuales podemos mencionar: Tubos de cobre y sus aleaciones (11.6275%), Pepinos de mar (2.076%), Espinacas congeladas (484%), Peces vivos, los demás (301%), Frutas y hortalizas confitadas (74%), Pimientos frescos (86%), entre otros.

En cuanto a la diversificación de mercados, ProChile trabaja para la consolidación de las exportaciones nacionales mantengan su presencia en los más importantes mercados del mundo, es así como China y Estados Unidos se presentan como nuestros principales socios comerciales, pero también hemos visto como nuevos mercados van presentándose dentro de los principales destinos de las exportaciones.

Las exportaciones con destino a China, Brasil, India y Tailandia marcaron récords en el período y lograron cifras históricas.

Explorar nuevos mercados de destino, como los países del bloque ASEAN, entrar con más fuerza en las ciudades tier 2 y tier 3 en India, China y Brasil, o a más estados en EE. UU., y potenciar los canales de venta como e-commerce son parte de los desafíos que la institución espera abordar.

Los buenos resultados alcanzados en las exportaciones este 2024 dan cuenta del dinamismo que enfrentaron los envíos a los principales mercados de destino.

Asia

El trabajo de ProChile en esta zona, se ha llevado a cabo en cuatro subregiones, dada a la diversidad demográfica, cultural, de crecimiento económico, capacidad adquisitiva, posicionamiento de la oferta exportable chilena, entre otros:

Norte de Asia (China, Japón, Corea del Sur y Taiwán): Consolidar el posicionamiento de Chile como un socio confiable y hub de innovación en Latinoamérica, así como, incentivar la diversificación geográfica hacia ciudades Tier 2 y explorar nuevos canales y sectores como servicios e industrias creativas.

ASEAN (Tailandia, Vietnam, Indonesia y Malasia): Difundir la oferta en canales B2C, enfocándose en productos con acceso y presencia en el mercado, y en general, dar a conocer la región entre los exportadores chilenos como una alternativa de diversificación geográfica.

India: Desarrollar el mercado mediante la difusión de oportunidades a los importadores y avanzar en el reconocimiento del consumidor local de productos y servicios chilenos. Aprovechar el acuerdo comercial vigente (APA) y protocolos sanitarios, trabajar en conjunto con el sector público y privado.

Oceanía (Australia): Identificar oportunidades de negocios proveedores de minería, industria forestal, agroindustria, turismo y vino. Promover la cooperación en el 'know-how' y tendencias de energías renovables no convencionales (ERNC).

En cuanto a las exportaciones a Asia, esta zona continúa siendo la principal zona de destino de las exportaciones chilenas de bienes y servicios no cobre-no litio con US$ 15.652 millones, y un alza de +4,3% respecto del año pasado.

Este 2024 destacan los buenos resultados y las acciones realizadas en los siguientes mercados:

China

Para potenciar la presencia chilena, ProChile realizó su novena versión de Chile Week China, evento de promoción comercial y de negocios, en el que participaron 25 empresas chilenas y múltiples gremios chilenos, quienes se reunieron con 656 importadores en las diferentes actividades realizadas en Beijing, Hangzhou, Chengdú y Guangzhou.
La estrategia de esta edición se enfocó en el comercio B2C con el objetivo de darle más dinamismo al consumo y por esto se realizaron actividades de alto impacto dirigidas al público final.

Por primera vez, Chile Week tuvo lugar en Hangzhou, un polo de más de 12 millones de habitantes, líder en la modernización industrial de China y sede de empresas como Alibaba. Por su parte, Guangzhou es el centro financiero del centro y oeste de China. El evento volvió, además, a Beijing, capital política de China, y Chengdú, capital de la provincia de Sichuan, sexta economía provincial del país, que juega un papel fundamental dentro de la estrategia de la Franja y la Ruta de China.

En esta versión de Chile Week China 2024 se destacan los siguientes hitos:

- La subsecretaria de Agricultura, Ignacia Fernández, firmó acuerdos que permitirán la exportación de fruta fresca a China a través de terceros países y la exportación de carne y subproductos de cerdo.
- En el marco de las exportaciones de ciruelas, Chile firmó un acuerdo con la cadena de supermercados Freshippo del grupo Alibaba.
- El director general de ProChile suscribió un Memorándum de Entendimiento con el Buró de Desarrollo Económico de Hainan para ampliar la presencia de productos chilenos en China.
- El canciller Alberto van Klaveren se reunió con su par chino Wang Yi para conmemorar los 55 años de relaciones diplomáticas y los 20 años del Tratado de Libre Comercio.

Otras actividades importantes que destacar en el mercado son:

- **Feria China Fisheries Seafood Expo 2024:** Importante feria de productos del mar que se llevó a cabo en Qingdao, provincia de Shandong, y en la que ProChile participó junto a 13 empresas dando muestra de la variedad de los productos chilenos.
- **China International Import Expo (CIIE) 2024:** Feria internacional organizada anualmente por el Ministerio de Comercio de China (MOFCOM) en Shanghái, China, que reúne a expositores y compradores de todo el mundo para promover el comercio y la cooperación internacional. En la edición de 2024, ProChile presentó productos emblemáticos de Chile, como frutas frescas, vinos, productos del mar y tecnología, con el objetivo de fortalecer la presencia de Chile en el mercado chino y establecer relaciones comerciales duraderas.

US$ 9.113 millones sumaron los envíos no cobre no litio, concretando un alza del 5,1% respecto a 2023. Una cifra no menor, ya que este mercado concentró el 20,5% de los envíos no cobre no litio, siendo el segundo destino para este tipo de exportaciones.

El sector agropecuario lideró las ventas al mercado chino, con US$ 3.661 millones y el principal producto exportado fueron las cerezas frescas, que anotaron US$ 2.827 millones y un crecimiento del 54,8% respecto al año anterior, y una participación del 31% del total exportado. Le siguieron las ciruelas frescas (US$ 209 millones, +40,3 %) y los duraznos y nectarines frescos (US$ 68 millones, +34,3 %). En el ámbito industrial, los productos químicos orgánicos y las sustancias químicas básicas también sobresalieron, con exportaciones de US$ 92 millones (+54,4 %) y US$ 70 millones (+15,6 %), respectivamente, reflejando la diversificación de la oferta chilena en este mercado clave.

India

El trabajo de ProChile en este mercado se basa en el apoyo contante de las oficinas en Nueva Delhi y Mumbai al sector exportador chileno, a través de la detección y capitalización de nuevas oportunidades comerciales en el mercado para empresas exportadoras que se interesan en prospectar India, donde existe creciente demanda.

Como punto relevante de la gestión realizada en 2024 podemos mencionar la realización de una misión público-privada a India, denominada Chile Summit India 2024, destinada a fortalecer vínculos institucionales, identificar oportunidades comerciales, facilitar el contacto entre empresas de ambos países y progresar en acuerdos que ayuden al intercambio de bienes y servicios. En la actividad, encabezada por el ministro de Relaciones Exteriores, Alberto van Klaveren; y donde participaron también el ministro de Agricultura, Esteban Valenzuela; el director general de ProChile, Ignacio Fernández; y 10 gremios del sector privado, se realizaron una serie de actividades comerciales con el fin de presentar la oferta de los gremios nacionales abordando los sectores de agroalimentos, servicios, industrias creativas y la industria de la manufactura en general.

Desde 2018, las exportaciones chilenas a India han mostrado un notable crecimiento, consolidándose como un mercado estratégico en constante expansión. En 2024, las exportaciones alcanzaron un récord histórico de US$ 779 millones, reflejando un aumento significativo respecto al año anterior (+38%). Si bien los subsectores más destacados, están relacionados con el molibdeno, yodo y celulosa, destacan las exportaciones de nueces (US$ 97 millones; -23%), manzanas frescas (US$ 23 millones; +67,5%) y kiwis frescos (US$21 millones; +13,8%), consolidándose como una categoría de alta aceptación en este mercado.

El análisis por macrosectores refleja el impacto del crecimiento sostenido de las exportaciones chilenas a India. Desde 2007, el sector agropecuario pasó de US$9 millones a US$ 168 millones en 2024, liderado por frutas frescas como manzanas y kiwis. Las manufacturas, que en 2007 totalizaban solo US$ 33 millones, alcanzaron US$ 272 millones en 2024, impulsadas por productos industriales como el Yodo y Plomo y sus manufacturas. Mientras que los productos del sector forestal (US$ 104 millones), como la celulosa, papel y cartón Kraft se consolidaron como productos relevantes en este mercado. Este crecimiento histórico evidencia la diversificación de la oferta exportable chilena, consolidando a India como un destino prioritario para bienes de alta calidad y valor agregado.

Tailandia

ProChile mantiene un trabajo contante a través de su oficina comercial en Bangkok, así como a través de acciones comerciales como las promociones en puntos de venta como la realizada en la cadena de supermercados SIAM MAKRO, que cuenta con 135 tiendas, que reciben 5.000 clientes al día, y que involucró múltiples subsectores de agro y alimentos, productos del mar y berries congelados.

El mercado tailandés ha mostrado un notable crecimiento para las exportaciones chilenas, posicionándose como un destino clave en Asia. En 2024, con US$ 311 millones y un alza interanual de 8%, también se posicionó como un destino con exportaciones récord.

El sector forestal es el que encabezó los envíos con las exportaciones de celulosa que alcanzaron los US$115 millones, con un 45% más que el año anterior; le siguieron las exportaciones de salmón y trucha con US$ 81 millones, molibdeno (US$ 40 millones) y cerezas frescas con US$ 10 millones.

Otras acciones desarrolladas en esta zona geográfica y que es importante mencionar está la participación en las siguientes ferias:

- **Tokio Game Show:** uno de los eventos más importantes de la industria del videojuego en el mundo. Principal exponente del sector en Asia, donde Chile marcó presencia con 5 empresas nacionales.

- **Feria Internacional del Libro de Seúl:** festival literario más grande del país realizada en el barrio de Samseong-dong, en el distrito de Gangnam-gu, Seúl.
- **International Mining and Resources Conference (IMARC):** evento más grande del sector minero en Australia, reuniendo a más de 9,000 asistentes de todo el mundo.

Con la participación en estas ferias se busca diversificar los productos y servicios que se exportan a esos mercados.

Otro de los importantes avances logrados este 2024, y que aportan con la diversificación de mercados fue la **apertura del mercado australiano para el salmón**, gracias al trabajo del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (Sernapesca), con el valioso apoyo de ProChile, y que culminó con el primer envío de filete de salmón fresco refrigerado, exportado por dos destacadas empresas nacionales. Este importante hito marca el punto de partida para las exportaciones de nuestros productos hacia Australia, abriendo nuevas oportunidades para posicionar la calidad y excelencia de la producción nacional en el extranjero.

Otro hito importante para las exportaciones de productos del mar a Malasia, y gracias a las nuevas rutas de carga aérea, han hecho posible la exportación de salmón fresco y trucha desde Santiago a Kuala Lumpur en solo 5 a 6 días. El resultado del primer envío de prueba fue un éxito y sorprendió el estado en el que llegó el salmón fresco.

La promoción de estos productos es fundamental, porque además de ampliar la oferta regional de productos, crea innovación desde el territorio, anima a otros a seguir ese camino, agrega valor a los productos locales y aporta al desarrollo de las regiones de Chile.

América del Norte

La estrategia de ProChile en América del Norte, busca potenciar la presencia consolidada que Chile cuenta en EE. UU., México y Canadá, impulsada por sus sectores exportadores tradicionales como son el cobre, frutas, vinos y productos del mar, que gozan de reconocimiento y alta demanda. Estos productos actúan como puerta de entrada para la introducción de nuevos subsectores o líneas de bienes y servicios.

La innovación y la sostenibilidad son pilares fundamentales que distinguen a Chile de sus principales competidores en los mercados norteamericanos, lo que facilita la promoción de productos con valor agregado en sectores como la biotecnología, las tecnologías limpias y las energías renovables, así como en emprendimientos tecnológicos y en la agricultura 4.0, incluyendo productos orgánicos y certificaciones de impacto ambiental.

Por lo que fortalecer la presencia de empresas exportadoras en feria sectoriales, eventos internacionales, misiones comerciales y plataformas de comercio electrónico, que permiten aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la oferta nacional de los productos chilenos en estos mercados forma parte importante del trabajo realizado por ProChile para aumentar el conocimiento de la oferta nacional en América del Norte, así como para identificar oportunidades comerciales en zonas poco exploradas, como el centro de EEUU, norte de México y costa oeste de Canadá.

Adicionalmente, ProChile busca generar capacitaciones y apoyo a los exportadores, con el fin de mejorar la competitividad de las empresas chilenas en estos mercados. Esto incluye el desarrollo de herramientas que permiten a las empresas entender mejor las tendencias del mercado local, las normativas y las expectativas de los consumidores.

Con 8 Oficinas y Representaciones Comerciales en América del Norte, ProChile ha llevado a cabo un importante trabajo ejecutando 148 actividades de promoción de exportaciones, **atendiendo un total de 1.244 empresas chilenas**, se llevaron a cabo 586 agendas de negocios y se realizaron 291 envíos de oportunidades de negocio.

Es la segunda zona en relevancia de los envíos desde Chile, con US$ 11.970 millones, y una participación del 27%, aun cuando tuvo una baja de un -2,7% respecto de 2023.

Estados Unidos

Las acciones de ProChile en el mercado se han basado en la participación de una serie de ferias internacionales como son: Seafood Expo North America (Productos del Mar), GDC (Game Developers Conference) (Video Juegos), Emerge Americas Showcase (Servicios Tecnológicos) y Comic-Con (Narrativa Gráfica), junto a misiones comerciales visitando las ferias Cosmoprof Las Vegas, Summer Fancy, NY NOW, acciones de promoción del vino chileno en canales HORECA en Los Ángeles, California y visita comercial de la cadena TJX, quienes visitaron nuestro país en la búsqueda de nuevos proveedores para productos del diseño hogar y artesanías.

Estados Unidos es el principal destino de nuestras exportaciones con US$ 9.293 millones en 2024, y un 20,9% de participación, seguido muy de cerca por China con US$ 9.113 millones y 20,5% de participación.

Si bien este 2024, las exportaciones a este mercado presentaron una disminución de -3,9%, explicadas principalmente por la baja en las exportaciones de Salmón y trucha, hay otros subsectores que han experimentado variaciones positivas como las Uvas frescas (+42,5%), Tableros de madera (+4,9%), Madera contrachapada (+5,3%), Arándanos frescos (+2,2%), Carne de ave (+13%), TICs (+11,8%). Mención especial para las economías creativas que se expandieron 46,1% este 2024, posicionando al mercado estadounidense con el primer destino de sus exportaciones, principalmente para los servicios de Animación y Audiovisual.

Respecto de las exportaciones de uva de mesa, la aprobación del Systems Approach para la uva de mesa de las regiones de Atacama, Coquimbo y Valparaíso generó una mayor competitividad para la exportación de este producto, mejorando la calidad y condición de la fruta en el mercado de destino.

México

Dentro de las acciones realizadas en el mercado destaca la realización del Encuentro de Negocios Latam – México, evento que se llevó a cabo en Ciudad de México y Guadalajara entre el 25 y el 27 de junio de 2024, donde se realizaron ruedas de negocios, seminarios de apertura y visitas en terreno. Los principales objetivos fueron fortalecer y generar vínculos comerciales entre la oferta exportable y la demanda de LATAM, así como ampliar la presencia de Chile en nuevos estados de México, permitiendo acercar sus productos a nuevos importadores. Todo esto, con un enfoque transversal en el fortalecimiento del comercio internacional de mujeres empresarias, los encadenamientos productivos, la innovación y la sostenibilidad.

De igual forma es importante mencionar la participación en ferias internacionales como la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (Editorial) y el Festival de Cine de Guadalajara (Audiovisual); y la realización de acciones promoción del vino y el salmón, para posicionar estos productos en el mercado; y la traída de importadores de cítricos y la Visita comercial de Grupo Palacio de Hierro para mostrar a Chile como un productor de vinos, junto a la oferta de destilados, cervezas y productos gourmet.

Este mercado es el quinto destino de nuestras exportaciones con US$ 1.635 millones en 2024, y una variación de +1,6% respecto al año anterior. Los principales subsectores de los envíos son Salmón y trucha, Abonos de origen animal o vegetal, Madera aserrada y/o cepillada, Tableros de madera y Carne de ave, experimentando importantes aumentos los 3 últimos con +13,5%, +23,1% y +19,1% respectivamente, además de Vino tinto, embotellado, mezclas (+173,1%) y Ajos frescos (+82,1%).

Canadá

Dentro de las principales acciones de promoción realizadas en el mercado, podemos destacar: participación en la Feria internacional PDAC, convención de exploración y minería más importante del mundo; visita a la Feria Sial Canadá, para empresas chilenas con oferta de productos alimenticios nutritivos, de alta calidad y que incorporen componentes de innovación; y Promoción del Vino en Quebec.

Canadá ha mantenido su participación en las exportaciones chilenas, llegando en 2024 a los US$ 935 millones, y una variación de +2,0% respecto al año anterior. Los principales subsectores exportados son Manufacturas de oro, Salmón y trucha, Uvas frescas, Semillas de nabo (nabina) o de colza, Avellanas y Carne de ave, mostrando importantes tasas de crecimiento las uvas frescas (+70,9%), los Tableros de madera (+76,0%) y Vino tinto, embotellado, mezclas (+55,0%).

Europa, África y Medio Oriente

La estrategia de ProChile en esta zona está basada en el trabajo constante en sectores priorizados: Agroalimentos, Innovación, Sostenibilidad e Innovación alimentaria, con énfasis en la diversificación de mercados y aumento de número de empresas que exportan a Europa, África y Medio Oriente.

En materia de fomento a la diversificación de mercados, contempla la apertura y crecimiento de nuevos mercados en Europa del Este, Portugal, Mercados Nórdicos, Grecia, Egipto y Arabia Saudita y establecer relaciones de confianza con el sector público y privado con miras a realizar acciones conjuntas para aumentar los montos y el número de bienes y servicios exportados.

En el caso de los mercados de Medio Oriente, se busca relevar los aspectos de inocuidad e innovación agroalimentaria y promover las características de Chile como potencia global en alimentos sostenibles. El sector servicios es una gran

oportunidad para las pymes con soluciones tecnológicas para la educación Edutech, Servicios en Educación Superior, Ciber Seguridad, HealthTech y Fintech.

África también ofrece oportunidades, cuya estrategia está centrada en la priorización de ciertos países y sectores productivos, como son los bienes y servicios con soluciones globales y productos del mar.

Par ello ProChile tiene 14 Oficinas y Representaciones Comerciales instaladas en los principales mercados de Europa, África y Medio Oriente, las cuales en su conjunto llevaron a cabo un total de 174 actividades de promoción de exportaciones, atendiendo un total de 1.931 empresas chilenas, se generaron 677 agendas de negocios y se realizaron 489 envíos de oportunidades de negocio.

Europa

Las acciones desarrolladas en estos mercados incluyen participación en ferias internacionales, misiones comerciales, acciones de internacionalización de startups y scaleups, degustaciones, entre otros. Dentro de las cuales podemos mencionar:

- **Ferias internacionales:** Festival Bande Dessinée D'Angouleme (Narrativa Gráfica, Francia), Hyvolution Paris (Sostenibilidad, Francia), Fruit Logistica (Fruta Fresca, Alemania), Biofach Alemania (Orgánicos, Alemania), European Film Market - Berlinale (Audiovisual, Alemania), Prowein (Vinos, Alemania), Bologna Children´s Book Fair (Editorial, Italia), Seafood Expo Global (Productos del Mar, España), World Hrydrogen Summit (Sostenibilidad, Países Bajos), Marché du Film (Audiovisual, Francia), Gamescom (Video Juegos, Alemania), Conxemar (Productos del Mar, España), CPHI Italia (Salud, Italia), Frankfurt Book Fair (Editorial, Alemania), SIAL Paris (Frutos Secos, Francia), Smart City Expo World Congress (Smart City, España), Ecomondo Italia (Envase y embalaje , Italia), Websummit Lisboa (Innovación, Portugal).
- **ProChile Global X:** Innovación en Alemania, Reino Unido, España, Países Nórdicos.
- **Chile Summit Europa 2024:** Servicios, España.
- **GoGlobal:** Servicios, España.
- **Degustaciones:** Cata de vino Mujeres (Francia), Campaña Promoción pisco – summer campaign UK (Reino Unido), Wine Tasting The Red Herring Wine Club (Reino Unido), Wine tasting Condor Wines (Reino Unido), Cata de vinos Munschänkarna (Suecia), Plan Pisco 2024 (Masterclass) (Alemania, España, Polonia, Reino Unido).
- **Misiones comerciales:** Misión Comercial de Olivicultores de Atacama y Prospección Greece Food Expo (Aceitunas, Grecia), Misión Comercial de estudios de videojuegos – Digital Dragons (Polonia), Misión comercial - London Tech Week (Reino Unido), Misión comercial – Aquaculture UK ((Reino Unido), Evento networking – Fintech Week (Reino Unido), Organización Meet & Greet Artes Visuales (Reino Unido), Nordic Games (Suecia).
- **Ruedas de negocio:** Rueda de Negocios Productos del Mar (Polonia y Lituania), Rueda de Negocios Fruta Seca y Deshidratada (Polonia), Ruedas Virtuales B2B para los sectores fruta fresca, frutos secos y adhesivos (Turquía)

En el caso de Europa las exportaciones alcanzaron los US$ 8.2010 millones, con un +4,1% de crecimiento. En este escenario sobresalieron las exportaciones de productos del mar como jurel (+12,5%), merluzas (+20,6%) y jibia (+125,4%) o frutas frescas, como Arándanos frescos (+31,0%), Paltas frescas (+17,5%), Manzanas frescas (+37,1%) y Kiwis frescos (+42,6%). Mención especial tiene el incremento en las exportaciones de Turismo que mostraron una variación de un +76,4% respecto al año anterior.

Si bien los principales mercados de destino en la zona están influenciados por sus puertos, son finalmente, una puerta para la entrada de mercancías del continente completo.

Los mercados que presentaron mayores incrementos en los envíos fueron:

Países Bajos (+9,9%): destacan los mayores montos exportados en Celulosa (+105,6%), Arándanos frescos (+20,7%), Otros aceites y sus derivados (+370%), Kiwis frescos (+57,2%), Nueces (+49,9%), Vino blanco embotellado (Riesling, Pinot Blanc, mezclas y otros) (+24,8%) y Vino tinto, embotellado, mezclas (+17,6%).

España (+20,2%): este 2024 se observan mayores envíos en productos del mar, tales como, Mejillones (Cholgas, choritos y choros) (+14,8%), Jibias (+119,1%), Salmón y trucha (+61,7%) y Merluzas (+16,4%); además, de Nueces (+18,5), Paltas frescas (+27,3%), Kiwis frescos (+59,5%) y Vino blanco a granel (1.269,5%).

Reino Unido (20,1%): con crecimiento en las exportaciones de fruta fresca (Arándanos frescos (+ 19,8%), Kiwis frescos (+68,7%), Manzanas frescas (109,9%) y Cerezas frescas (+63,1%)); y vinos (Vino tinto, embotellado, mezclas

(+114,4%), Vino blanco, Sauvignon blanc, embotellado (+31,2%) y Vino blanco embotellado (Riesling, Pinot Blanc, mezclas y otros) (+47,7%)).

Polonia (+14,4%): destacan los aumentos en los envíos de Merluzas (+28,0%), Salmón y trucha (+59,4%), Ciruelas deshidratadas (+17,6%), Avellanas (+74,9%), Pasas (+28,9%) y Vino tinto, embotellado, mezclas (+71,9%).

Alemania (+5,1): con mayores exportaciones en Celulosa (+91,1%), Arándanos frescos (+82,1%), Nueces (+52,2%), Manzanas frescas (+66,2%) y Paltas frescas (77,5%).

Uno de los hechos importantes de mencionar en esta zona, y que construyen a la diversificación de productos y mercados, es la participación por primera vez en la feria CPHI que se desarrolló en Milán, Italia, y contó con la participación de cuatro laboratorios: Prater, Droguería Farmoquímica del Pacífico, Knop y Desert King.

Actualmente, las exportaciones de Insumos para la Salud y Fármacos se basan en envíos de Productos Farmacéuticos (antibióticos, vitaminas, hormonas, vacunas y otros), Medicamentos para uso humano y Plantas medicinales y/o industriales; principalmente a los mercados de Ecuador, Paraguay, Bolivia, Estados Unidos y Perú, por lo que la participación en esta feria contribuye a iniciar un camino para ampliar los mercados de destino.

La industria farmacéutica nacional se distingue por su seguridad (cumple con altos estándares internacionales y estrictas regulaciones, brindando confianza y garantizando eficacia); por su diversidad (cuenta con una oferta de medicamentos de síntesis, fitofármacos, homeopáticos y suplementos alimenticios); por ser innovadora (es pionera en América Latina en cantidad de productos genéricos y bioequivalentes); por ser regulada (responde a las más altas regulaciones a nivel panamericano).

África

Las principales acciones de promoción desarrolladas fueron:

- Participación en el Salón Internacional Cosmética (Marruecos)
- Organización de la segunda edición del Seminario Internacional de Frutos Secos y Deshidratados en Kelaa (Marruecos)
- Organización del Seminario África te espera (Argelia)
- Organización de Rueda de Negocios Frutos secos y deshidratados (Argelia)

Los principales mercados de destino que vieron incrementadas sus exportaciones fueron: Costa de Marfil (+17,1%), Burkina Faso (+18,4%), Ghana (+71,5%), Camerún (+56,5%) y Marruecos (+11,3%). Dentro de los principales sectores que presentaron aumentos podemos mencionar el Jurel (+21,0%), Jibia (+564,2%), Maquinaria mecánica, equipo y partes (+494,4%), Pasas (+39,7%), Carraghenina (+114,3%), Caballas (+495,3%), Mejillones (Cholgas, choritos y choros) (+71,5%), entre otros.

Medio Oriente

Las principales acciones de promoción desarrolladas fueron:

- Misión Comercial – Aceitunas de mesa a Arabia Saudita
- Flavor of Chile Salmón, Mejillón, Vino y Miel (Emiratos Árabes Unidos)
- Participación en Feria Gulfood 2024 (Emiratos Árabes Unidos)
- Visita Presidencial (Emiratos Árabes Unidos)
- Misiones Comerciales - Proveedores Mineros (Emiratos Árabes Unidos)

Los principales mercados de exportación a esta zona son: Bahréin (+53,2%), Israel (+48,3%), Emiratos Árabes Unidos (-24,2%) y Arabia Saudita (+34,4%); todos los cuales presentaron aumentos en sus exportaciones, salvo Emiratos Árabes Unidos que mostró una disminución en los envíos de Abonos de origen animal o vegetal (-100%) y Salmón y trucha (-41,4%).

Los sectores más representativos de las exportaciones a estos mercados, y los que mayores incrementos presentaron son: Hierro (+53,9%), Salmón y trucha (+44,1%), Celulosa (+253,9%), Madera aserrada y/o cepillada (+28,7%), Manzanas frescas (+42,3%), Kiwis frescos (+65,4%) y Semillas de pepino (+107,1%).

Sudamérica

En 2024 fue el cuarto destino de nuestras exportaciones no cobre no litio, con US$ 7.425 millones, y una variación de +2,9% interanual.

Las gestiones de ProChile en esta zona son relevantes. Por su cercanía es el destino natural de muchas empresas exportadoras chilenas. La institución cuenta con 11 Oficinas/ Representaciones Comerciales en esta zona, las cuales llevaron a cabo un total de **161 actividades de promoción de exportaciones y atendieron un total de 1.921 empresas chilenas.** Se llevaron a cabo **756 agendas de negocios** y se realizaron **360 envíos de oportunidades de negocio.**

El trabajo institucional ha estado enfocado en levantar información estratégica de estos mercados que permita direccionar de mejor forma nuestra oferta hacía las nuevas demandas que surjan, avanzado con ello en el desarrollo de cadenas de valor integradas, mayor diversificación de soluciones globales u otros mecanismos de colaboración multisectoriales bilaterales y multilaterales entre oficinas/ países/sectores productivos.

Como señalábamos anteriormente, la región es el destino natural de las pymes que se internacionalizan. A nivel regional existe una alta valoración por los pueblos originarios y existe una meta común de avanzar en la transversalización del enfoque de género, escenario ideal para seguir potenciando acciones en esta línea, y el acompañamiento específico que este tipo de empresas requieren.

En esta zona cuenta con 3 mercados dentro de los principales destinos de las exportaciones de Chile: Brasil, Perú y Colombia, con muy buenos resultados este 2024 especialmente en Brasil y Colombia.

Brasil

Si bien Brasil siempre ha estado dentro de los principales destinos de nuestras exportaciones, en 2024 se marcaron varios récords en envíos, lo que nos impulsa a seguir trabajando para abrir nuevos espacios en las zonas interiores de Brasil, y seguir diversificando aún más nuestras exportaciones.

Con este propósito ProChile realizó diversas actividades de promoción comercial en este mercado destacando la realización del Chile Week Brasil, evento tuvo como objetivo incrementar las exportaciones y generar nuevos negocios, para las micro, pequeñas y medianas empresas, de los sectores de alimentos, bebidas, turismo, proveedores de soluciones y tecnologías orientadas al sector minero en Brasil, aprovechando las oportunidades del acuerdo comercial vigente con el principal socio comercial de Chile en Sudamérica. Las actividades contemplaron ruedas de negocios, talleres, seminarios, catas de pisco, visitas técnicas, además de acciones de networking, para promocionar la oferta chilena y atraer potenciales inversiones y promover la oferta de soluciones para la minería.

Participaron más de 100 empresas extranjeras y 54 empresas nacionales, distribuidas en diversos sectores: 34 en Agroalimentos, 10 en minería y 10 en turismo. Por otro lado, las empresas de pisco pudieron también participar en la Feria Prowine, una de las ferias de vinos y destilados más importantes de Sao Paulo, logrando promocionar el pisco y realizar networking con importadores.

Desde 2021, las exportaciones chilenas a Brasil han mostrado un crecimiento sostenido, alcanzando en 2024 un récord histórico de US$ 2.888 millones y un crecimiento de 8,6%, consolidándose como un mercado estratégico para Chile. Entre los subsectores más destacados se encuentran el salmón y trucha, con US$ 915 millones y un crecimiento del 10,3 %, y las manzanas frescas, con US$ 115 millones (+128,5 %) y vino tinto embotellado con US$ 89 millones (+36,6%).

Perú

Si bien las exportaciones a Perú disminuyeron un 1% este 2024, este mercado sigue siendo el segundo destino de las exportaciones chilenas en esta zona, con US$ 1.590 millones. Entre los subsectores más destacados se encuentran los servicios de Mantenimiento y Reparación (US$253 millones), TICs (US$ 117 millones), Productos de hierro y acero (US$114 millones) Maquinaria mecánica, equipo y partes (US$ 113 millones).

ProChile junto a PromPerú organizan cada año un encuentro binacional promovido por ambas cancillerías, buscando fortalecer la agenda bilateral, impulsar el comercio entre ambos mercados y afianzar la cooperación entre las agencias de promoción. También participaron empresas de Paraguay, Argentina y Uruguay, fomentando nuevas relaciones comerciales y ampliando oportunidades de negocio en sectores como agro & alimentos, proveedores del agro, servicios logísticos, y por segunda ocasión, participaron empresas de turismo de Chile y Perú.

Dentro de la actividad se llevaron a cabo diversas actividades comerciales, incluyendo una Rueda de Negocios, encuentros de networking y un foro especializado titulado "Escasez hídrica y su efecto en la internacionalización". Estas instancias promovieron la competitividad e innovación de las pymes exportadoras, así como el análisis de tendencias en mercados fronterizos.

Colombia

Con US$ 1.009 millones y un incremento de 12% respecto de 2023, Colombia es el tercer mercado de destino de las exportaciones a Sudamérica. Entre los subsectores más destacados se encuentran los servicios de Mantenimiento y Reparación (US$89 millones), Manzanas frescas (US$ 85 millones), Salmón y trucha (US$ 73 millones) y TICs (US$ 63 millones).

Con el propósito de incrementar las exportaciones de estos y otros sectores, ProChile organiza diversas actividades para potenciar el comercio con Colombia, es así que en 2024 se llevó a cabo el Summit Colombia, actividad que tuvo como objetivo aprovechar las ventajas geográficas, culturales, y el sólido ecosistema de negocios del país, mediante una rueda de negocios, que permitió a las 22 empresas participantes tener un contacto directo con importadores interesados en conocer soluciones enfocadas en la innovación y la sostenibilidad ambiental, económica y social, de los sectores: Ciberseguridad, Energía, Fintech y HealthTech. El evento contó con la participación de 22 empresas chilenas exportadoras de servicios de los sectores anteriormente mencionados, más 30 empresas extranjeras: 26 de Colombia, 3 de Ecuador y 1 de Panamá.

Centroamérica y Caribe

Las exportaciones de esta zona en 2024 alcanzaron US$ 1.090 millones con una variación de +2,6% respecto del año anterior. Los principales destinos de las exportaciones en esta zona son: Costa Rica (US$ 357 millones), Panamá (US$ 194 millones), Guatemala (US$ 185 millones) y Rep. Dominicana (US$118 millones).

Las gestiones de ProChile en esta zona para incrementar las exportaciones se han realizado a través de las 5 Oficinas y Representaciones Comerciales existentes, las cuales llevaron a cabo un total de 33 actividades de promoción de exportaciones, atendidas **523 empresas chilenas**, y coordinaron 246 agendas de negocios y 113 envíos de oportunidades de negocio. Las acciones realizadas contaron con el apoyo de las embajadas en aquellos mercados que presentan oportunidades, pero no tienen oficina comercial, tales como Honduras, Nicaragua, Trinidad y Tobago.

Los ejes estratégicos para el trabajo en la región fueron:

- Fortalecer, promover y diversificar la oferta exportable, implementando actividades comerciales que resaltan la calidad, innovación y sostenibilidad de los productos chilenos; así como generar acciones que fortalezcan la imagen país de Chile, destacando el origen y valor agregado de los productos, así como fomentar la inserción de nuevos productos en los mercados.
- Fortalecer alianzas estratégicas con actores clave de las cadenas de importación/distribución para promover la oferta chilena.

Dentro de las principales acciones de promoción realizadas en estos mercados destacan: misiones comerciales para empresas proveedoras del agro, que visitaron Costa Rica y Guatemala, misión de empresas del sector alimentos a Costa Rica, misiones de prospección de empresas del Maule a Rep. Dominicana y de La Araucanía a Panamá; diversas actividades en torno al Pisco y Vinos, como la Fiesta del Pisco chileno en Panamá, Pisco en el cine en Costa Rica, Festival de vinos y gastronomía chilena en Costa Rica y Guatemala, Cata de maridaje para influencers y lideres de opinión en Cuba; y la participación en la Cumbre mundial de turismo aventura en Panamá (Atta Turismo), donde 40 empresas de turismo chilenas interactuaron con 300 empresas internacionales, y se anunció que Chile será la próxima sede del evento en 2025, específicamente en Puerto Natales. ProChile Panamá colaboró con SERNATUR para la organización y promoción del evento.

Importante a destacar también las gestiones realizadas para dar apoyo a los organismos técnicos, SAG y SERNAPESCA, en temas de aperturas sanitarias, habilitaciones de plantas y destrabamiento de productos retenidos en aduanas.

El desafío de ProChile es seguir trabajando para incrementar aún más en la diversificación de las exportaciones, tanto en mercados de destino como en nuevos productos exportados, y a su vez, que más empresas participen de los beneficios del comercio internacional.

Objetivo N° 3: Satisfacción usuaria

Situar al usuario al centro de la labor institucional ha sido un aspecto central en la gestión de ProChile en los últimos años, con el propósito de ofrecer un servicio acorde a los estándares que exige la modernización, transformación e innovación en el Estado.

Es así como ProChile en 2024 no solo llevó a cabo las acciones encomendadas en el marco del Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG) de los Servicios Públicos relacionado con la Calidad del Servicio y Experiencia Usuaria, sino que también avanzó en prácticas que permitan mejorar la gestión institucional y entregar un servicio de calidad a sus empresas usuarias y público general.

Dentro de las acciones realizadas en esta materia, la institución **actualizó su Protocolo** para establecer una **modalidad de atención de cartera**, que permita entregar una atención más focalizada y alineada con las necesidades de cada segmento de usuarios. Este enfoque busca no solo optimizar los recursos disponibles, sino también garantizar un acompañamiento más efectivo a lo largo de las distintas etapas del proceso exportador. En 2024, las acciones realizadas, fueron las siguientes:

Protocolo de atención de usuarios

En ProChile aspiramos a que la experiencia de nuestros usuarios con la institución sea de calidad y acorde a los estándares que nos exige la modernización, transformación e innovación en el Estado, que establece que el principal activo de un servicio público debe ser la confianza que poseen las personas que acuden diariamente a éste, en búsqueda de soluciones.

La calidad de los servicios que ofrece una institución depende de quién, cuándo, dónde y cómo se prestan. Por ello, es indispensable estandarizar el servicio que se entrega.

Es por ello que, a comienzos de 2024 ProChile implementó un nuevo protocolo de atención a usuarios, que establece un estándar de atención y define vías de acceso claras y conocidas por todos, buscando dar claridad en los tiempos para la prestación de los servicios que ofrecemos, con un trabajo focalizado en la experiencia de usuario.

El desafío es entregar a los usuarios/as un servicio homogéneo y de alto estándar a través de todos los puntos de contacto (presencial, digital o telefónicamente).

Para ello se han definido "Rutas de Atención" dependiendo si la empresa es usuaria, no usuaria, exportadora o con potencial exportador, buscando siempre que éstas se registren en nuestros sistemas, lo que nos permitirá contar con información de ellas, segmentarlas, asignarle un ejecutivo a cargo y ofrecer servicios acordes a sus necesidades.

Cartera de usuarios

ProChile ha organizado el trabajo con las empresas en torno a carteras de usuarios. Si bien la implementación de carteras de usuarios es un proceso interno para mejorar nuestra gestión, creemos que impactará también positivamente en el servicio que entregamos.

A través de la conformación de cartera de usuarios por ejecutivo/a, se enfatiza el monitoreo y seguimiento de las acciones que realizamos. Esto permite conocer en profundidad a nuestros usuarios y trazar distintas estrategias para el apoyo a las exportaciones.

Tenemos más de 3.600 empresas carterizadas, con las cuales nuestros ejecutivos y ejecutivas regionales han focalizado su trabajo y entrega de servicios.

La administración de las carteras se realiza a través de nuestro sistema de gestión de la información institucional (CRM 365), sistema con el cual las empresas usuarias también interactúan para mantener sus datos actualizados, enviar documentos y postular a actividades, entre otros.

Exporta Más

Para complementar el trabajo de las carteras, este 2024 se ha implementado una nueva forma de atención, denominada Exporta Más, que entrega asesoría y seguimiento personalizado por parte de las oficinas regionales y comerciales de ProChile, con el objeto de incrementar la presencia internacional de las empresas, ya sea diversificando mercados o aumentando exportaciones.

Está dirigido a empresas exportadoras permanentes o intermitentes, así como a empresas no exportadoras "con alto potencial", que requieren gestión de parte de ProChile: asesoría y seguimiento; información de mercado de interés para las empresas; contactos comerciales en el exterior; entre otros.

Durante el 2024, participaron 273 empresas en este ejercicio piloto, dentro de las cuales el 47% buscó diversificar mercados, seguido de comenzar a exportar (30%). La mayoría son empresas de agroalimentos (42%), seguido de Industrias 4.0 (25%) y Servicios (25%), y son de tamaño pymes (45%) y grande (30%).

Pre admisibilidad

Otro de los grandes avances logrados en 2024 fue la implementación de la pre admisibilidad, que busca mejorar las interacciones y agilizar el proceso de postulación a las diferentes actividades organizadas y promovidas por ProChile.

En enero 2024 se abrió este sistema de ventanilla abierta anual, en que las empresas se pueden registrar en la página web de ProChile, ingresan la información solo una vez en el año, y después pueden postular a todas las convocatorias que deseen, evitando de esta forma que deban completar la misma información cada vez que quieran participar en una actividad.

Esto fue posible gracias a que la institución pudo contar con la planificación de actividades 2024 antes de que finalizara el año 2023, lo que permitió a las empresas conocer con anticipación el abanico de actividades que la institución tenía considerado realizar.

De igual forma, en 2024 estableció por primera vez una **Política de Calidad del Servicio**, que fue elaborada con la participación de representantes de distintas Direcciones de la institución y del Consejo de la Sociedad Civil de ProChile, luego de realizar un diagnóstico sobre las fortalezas, debilidades, riesgos y puntos críticos de la atención entregada a las personas usuarias. La iniciativa, aprobada por el director general, establece como propósito central poner a nuestros(as) usuarios(as) al centro de nuestra gestión, lo que implica, entre otros:

- Informar actividades que buscan apoyar la internacionalización de las empresas chilenas en forma clara, precisa y oportuna.
- Mejorar los procesos internos y revisarlos periódicamente para que las empresas usuarias puedan participar en nuestras actividades, sin inconvenientes que podamos evitar.
- Reforzar la difusión y aplicación del modelo establecido en el Protocolo de Atención de Usuarios, para relevar -entre otros- la existencia de un canal único para el ingreso y tramitación de reclamos, y los procedimientos que se deben seguir.
- Mantener programas de capacitación constante para fortalecer el trabajo de atención del personal de ProChile, acorde con la misión y visión institucional, y lo establecido en el Protocolo vigente.
- Dar seguimiento a los resultados de las empresas chilenas luego de acceder a alguno de nuestros servicios, programas o herramientas, de manera que aumente su satisfacción con ProChile.

En esta misma línea, en 2024 se diseñó colaborativamente un Plan de Mejoras de la Calidad del Servicio y Experiencia Usuaria que -a partir de los lineamientos y directrices establecidos en la mencionada Política- busca mejorar procesos y procedimientos internos que permitan entregar un servicio de calidad a los(as) usuarios(as) de ProChile, y ponerlos al centro de nuestra gestión.

Todas estas acciones tienen como propósito incrementar la satisfacción de nuestros(as) usuarios(as) y tienen como base una escucha activa de sus necesidades, a partir de la implementación de encuestas que, con una metodología clara, permita medir y comparar la satisfacción de las personas usuarias con servicios estratégicos que ofrece la institución, tales como participación en Ruedas de Negocios, Misiones Comerciales y Ferias Internacionales. Es así como en 2024 fue posible obtener datos sobre las proyecciones de negocios en estas actividades, así como la satisfacción respecto de la participación. Como resultado de este levantamiento, se encuestó a un total de 1.926 participantes, cuyo nivel de satisfacción general promedio fue de 6,2 puntos en una escala de 1 a 7, lo que nos pone frente a un importante desafío para lograr incrementar la satisfacción usuaria.

Complementando las acciones abordadas, el Centro de Ayuda de ProChile es un punto de contacto clave para exportadores, importadores y el público general, proporcionando información y asistencia en temas relacionados con el comercio exterior. A través de un sistema de tickets, los usuarios pueden realizar consultas que son respondidas por agentes especializados. Estos tickets son monitoreados y gestionados para garantizar una alta calidad en el servicio. En 2024 se atendieron aproximadamente 1.400 tickets.

Gestión Transversal

Información comercial

ProChile en su labor de promover las exportaciones, pone a disposición de las empresas nacionales información y contenidos relacionados con el comercio internacional, a 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, e-Commerce, 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 2024 se elaboraron 117 publicaciones de estudios, correspondiente a los diferentes tipos de estudios elaborados en todas las zonas geográficas.

Zona Geográfica	Secto-riales	Trans-versales	Claves para hacer negocios	Total
América	32	2	18	52
Asia y Oceanía	20	0	12	32
Europa, África y Medio Oriente	18	4	11	33
Total	**70**	**6**	**41**	**117**

Capacitación

El área de Capacitación y Formación Exportadora a través de sus Programas: Capacitación a Empresas y Gestión de Negocios Internacionales – Aula Virtual, tiene la finalidad de desarrollar metodologías y contenidos técnicos para el aprendizaje relacionado con materias de comercio internacional y Negocios Internacionales, a través del diseño de estrategias comerciales competitivas para empresas que requieran diversificar mercados y/o productos/servicios, además de favorecer la conversión de empresas no exportadoras, así mismo, el Aula Virtual de ProChile busca desarrollar programas para personas, que permitan mejorar las capacidades y potenciar las habilidades de gestión internacional, entregando formación e-learning a través de metodologías de alto impacto que generen un aprendizaje significativo a los/las participantes.

Ambos responden a las necesidades de especialización en comercio exterior levantadas desde la ciudadanía, a través de una consulta pública en todas las regiones, consulta directa a empresas y opinión de expertos.

En el área de Capacitación a Empresas, se diseñaron y ejecutaron 26 actividades (17 ciclos y 9 talleres) que totalizaron 59 sesiones en las que se registraron 3.058 participantes de 922 empresas, aumentando en un 70% el número de empresas participantes respecto al 2023. La mayor parte de las empresas participantes fueron empresas pymes (36%) y microempresas (31%); principalmente del sector Agroalimentos (36%), Servicios y Turismo (28%), de la zona centro del país (Metropolitana (40%), Maule (12%), Valparaíso (11%)); y en su mayoría empresas no exportadoras (76,5%).

Entre los talleres y ciclos de talleres que se ejecutaron se encuentran: Talleres de acceso a mercados, Certificación de alimentos y de Origen; ciclos de e-commerce, fijación de precios de exportación, inteligencia de mercados, Innovación para la internacionalización, Plan de Negocios Internacional y Proceso exportador Servicios, entre otros. El 98% de los participantes declara encontrarse satisfecho con la realización de los ciclos y talleres.

Por su parte, en el Aula Virtual ProChile, este año se llevaron a cabo un total de 10 cursos en materias tales como, Proceso de Exportación de Bienes, Proceso de Exportación de Servicios, Fijación de Precios de Exportación, Plan de Negocios Internacionales, Inteligencia Artificial para los Negocios Internacionales; además de la implementación de la segunda versión del diplomado en Innovación y

Transformación Digital para la Internacionalización.

Durante el 2024 participaron un total de 1.840 participantes de todas las regiones del país, totalizando 437 horas pedagógicas de formación e-Learning. El 98% de los estudiantes recomendaría participar en los cursos impartidos en el Aula Virtual.

Este año se implementó la nueva Aula Virtual con la integración de Inteligencia Artificial para apoyo a los procesos de enseñanza y aprendizaje en nuestros estudiantes.

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 contribuyan a posicionar a Chile como referente de Innovación en estas materias.

Durante el año 2024 el trabajo en esta área se centró en implementar una estrategia orientada a fomentar la internacionalización de empresas chilenas innovadoras, especialmente de base tecnológica con soluciones disruptivas e incrementales, de gran escalabilidad y alto impacto, promoviendo su acceso a mercados globales a través de diversas herramientas con foco en:

- **Gestión de capacidades:** orientado a 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 empresas nacionales pueden conectar con ecosistemas extranjeros, coordinar reuniones de negocio, exponer su solución con stand, etc.
- **Inmersión:** esta categoría de herramientas está especialmente diseñada para llevar empresas chilenas con soluciones innovadoras y altamente escalables al mundo a través de giras internacionales, programas de aceleración, softlanding, tales como GoGlobal y ProChile Global X.

En 2024 se realizaron una serie de actividades que contribuyeron a la estrategia y prioridades institucionales, especialmente que acompañan el proceso de internacionalización de las empresas de base tecnológica, en mercados consolidados y en particular abriendo nuevas oportunidades comerciales, tales como:

- **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. El total de participantes en estas charlas fue de **252 empresas.**

Se realizaron 5 charlas en total:

- Como entrar al mercado de Taiwán y lanzamiento de Garage Plus.
- Como entrar al mercado brasileño de la mano de Biopark.
- GDPR en acción: casos jurídicos y prácticas actuales.
- Aprende del ecosistema de Gotemburgo junto a Business Region Göteborg.
- How to do business in Japan.

Investment Readiness: Sesiones de mentorías y capacitaciones las cuales permitieron validar estrategias de financiamiento internacional y dar la oportunidad de exponer ante fondos de inversión internacionales, el evento se desarrolló en el mercado de Los Ángeles, EE. UU.

Chile Summit Europa: El evento brindó una plataforma invaluable para conectar la oferta chilena de innovación con la demanda europea, generando múltiples oportunidades de internacionalización y colaboración. Esta iniciativa contribuye a posicionar las soluciones chilenas en mercados de mayor complejidad, relevando el talento e innovación chilena.

A esto se suman eventos de posicionamiento en los que Chile y empresas chilenas participaron en eventos internacionales de gran relevancia tanto para visibilizar la innovación chilena, así como también revisar tendencias de los mercados externos, como fueron Starco en Colombia, Web Summit en Brasil, Canadá y Portugal respectivamente, London Tech Week, entre otros, con un total de **123 empresas participantes.**

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.
- Red de mentores: beneficio exclusivo para las empresas del portafolio PGX, cuenta con 17 mentores en los mercados claves para las empresas chilenas.
- Mercados consolidados en 2024: Alemania, España y Reino Unido.
- Mercados en fortalecimiento en 2024: Francia, Países Nórdicos y Países Bajos.

GoGlobal: En su quinta versión del año 2024 **apoyó a 37 empresas.** Este programa ofrece 5 semanas de aceleración incluyendo un espacio de trabajo y pasajes al mercado de destino para que los participantes puedan vivir la experiencia de la internacionalización. Los mercados fueron Perú (Lima), Colombia (Bogotá), México (Ciudad de México), Estados Unidos (Miami) y España (Madrid), este último se suma por primera vez.

En esta versión el portafolio estuvo conformado por un 36% de empresas de regiones distintas a la Metropolitana, 31% de empresas lideradas por mujeres y los sectores con mayor presencia fueron retail, fintech, tech, biotech, salud, y energía.

Un hito importante en la gestión realizada fue el reconocimiento por parte de la Asociación de Empresas Chilenas de Tecnología (Chiletec) a ProChile como la "Institución Pública que más ha aportado en Innovación y Tecnología 2024". Este premio resalta el trabajo de ProChile en el apoyo a las empresas chilenas de productos y servicios tecnológicos, facilitando su internacionalización y la exploración de nuevos mercados. El trabajo realizado, no solo ha incrementado la competitividad de las empresas nacionales, sino que también ha contribuido a diversificar y sofisticar la matriz exportadora del país, promoviendo bienes y servicios de alto valor agregado.

Género

Desde el rol de promoción internacional de las exportaciones, ProChile ha continuado con su labor de apoyar a todas las empresas lideradas por mujeres (ELM), que tengan potencial exportador, a internacionalizar su negocio, impulsándolas a utilizar las herramientas de la institución que no son solo la generación de nexos y redes de contacto, sino a una preparación más profunda en el quehacer comercial con el trabajo conjunto de otras entidades estatales.

El objetivo de ProChile en esta materia ha sido avanzar hacia un comercio internacional más inclusivo, sólido y sostenible teniendo como uno de sus principales focos estratégicos la inclusión de la mujer en el ámbito exportador. Para la consecución de este objetivo nos basamos en los siguientes lineamientos de acción proyectados tanto para el 2024 como para el 2025:

- Formación: desde una mirada interna ha sido generar la Mesa de Género para que todas las áreas de la organización confluyan en la cooperación de la promoción de exportaciones con perspectiva de género; desde el punto de vista externo, llevar a cabo un proceso de formación exportadora a las empresarias mediante talleres, webinar, seminarios, etc., para abordar las brechas existentes en el proceso de internacionalización de sus productos y/o servicios.
- Vinculación: implementar programas de trabajo conjunto entre distintas entidades con el objetivo de establecer redes de cooperación institucional para promover la diversidad y equidad de género, como MMYEG, SernamEG, PRODEMU, SUBREI, entre otros.
- Internacionalización: realizar acciones de promoción comercial exclusivas para las ELM con el objetivo de incentivar las exportaciones de estas empresas.

En tal sentido, durante 2024 en el marco de la implementación de las medidas comprometidas tanto en el trabajo institucional como las comprometidas en el marco del PMG, se trabajó en la realización de diversas acciones de formación interna, mediante talleres y capacitaciones a nivel interno, como "Capacitación en presupuesto sensible al género", "Capacitación en género de nivel básico" y "Capacitación en violencia de género de nivel avanzado", así como en acciones de capacitación externa con enfoque en las usuarias de ProChile, llevándose a cabo una serie de talleres para potenciar el liderazgo femenino, en el marco del convenio de colaboración entre PRODEMU, SernamEG, Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, el cual también responde al pilar de vinculación. Los talleres eran "Acercando la Política Comercial a las MiPymes: De la teoría a la práctica", "Comercio Internacional Paso a Paso: ¿Sabes cómo exportar?" y "Marca personal y casos de éxito".

Destacan las acciones de promoción comercial exclusivas para ELM de diferentes sectores en distintos mercados internacionales con el fin de propiciar la búsqueda de oportunidades comerciales y generación de espacios de negocios. Estas fueron:

- Misión Comercial Feria Internacional del Libro de Buenos Aires.

- Misión Comercial Feria Internacional del Libro de Bogotá.
- Convención Minera PDAC en Toronto, Canadá.
- Networking con mujeres de la minería en Alemania.
- Feria Alimentec en Bogotá, Colombia.
- Cata de Vinos en Francia.
- Feria eMerge, Miami.
- Distinción Mujer Exporta.
- Encuentro Empresarias del Fin del Mundo, Magallanes.
- Cumbre Mil Mujeres Más, Los Lagos.

Dentro de las actividades realizadas, es importante destacar la participación en la PDAC, feria orientada a la exploración minera, sector tradicionalmente reservado a los hombres, y haber estado presentes con una delegación de nueve empresas lideradas por mujeres, proveedoras de bienes y servicios para la minería, con alta innovación y desarrollo tecnológico, en un stand de 56 mts2, además de actividades de networking y reuniones de negocios uno a uno con empresas canadienses, es muy relevante para la institución.

Otro hecho relevante dentro del año fue la distinción Mujer Exporta 2024 en el marco de los 50 años de ProChile donde se condecoró a 16 empresas lideradas por mujeres parte del programa. A través de las diversas acciones realizadas, ProChile apoyó a 745 empresas lideradas por mujeres, dentro de las cuales 255 exportaron en 2024.

Finalmente, la institución trabajó en la caracterización de empresas lideradas por mujeres usuarias de ProChile, analizando su distribución regional, sectorial, mercados de exportación, etc., lo cual permite una mejor proyección estratégica para la toma de decisiones en materia de promoción de exportaciones para el 2025.

Pueblos Originarios

Entre sus focos transversales, ProChile ha definido apoyar a los Pueblos Originarios con el objetivo de promover internacionalmente los productos y servicios de empresas con base indígena, es decir, todas aquellas en que al menos el 50% de sus asociados, pertenezcan a alguno de los pueblos originarios chilenos reconocidos por la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI).

Las empresas que pertenecen a Pueblos Originarios buscan una oportunidad en mercados donde sus productos sean valorados tanto por su calidad, como por su identidad única e historia milenaria.

En esta línea, ProChile ha continuado trabajando con la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) en el programa de "Apoyo al Proceso de Internacionalización de Empresas Indígenas", trabajo conjunto bajo el cual empresas pertenecientes a los Pueblos Originarios Aymara, Quechua, Diaguita, Rapa Nui, Mapuche y Kawésqar, han podido iniciar su proceso de internacionalización, poniendo en valor no solo sus productos, sino también la cultura de cada uno de ellos.

El trabajo de este programa se ha desarrollado desde el año 2022 bajo un convenio entre ambas entidades, el cual se implementó en 2 líneas principales: el Programa de Formación Exportadora en Turismo Indígena, del que participaron 10 empresas seleccionadas, y el Programa de Formación Territorial con 22 empresas adjudicadas de las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Valparaíso, Metropolitana, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos.

Además, se realizaron diversas actividades de promoción internacional, como misiones comerciales a Colombia, participación en cumbres y foros globales de negocios y turismo indígena en países como Australia, Papúa Nueva Guinea, Canadá y Taipéi Chino.

Por otro lado, y uniendo las acciones realizadas en materia de comercio inclusivo, se buscó realizar una acción comercial exclusiva para ELM de base indígena. En esta ocasión se implementó un programa de Internacionalización de pueblos originarios con la coordinación y cooperación de ProChile y CONADI, denominado: "Asesoría para la internacionalización de los productos textiles con potencial exportador de Arica y Parinacota al mercado norteamericano".

Las diferentes acciones realizadas en torno a las empresas de pueblos originarios dieron como resultado la participación de 87 empresas de base indígena, dentro de las cuales 23 exportaron en 2024.

Sostenibilidad

ProChile entiende la sostenibilidad como la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, por lo cual, consideramos que Chile tiene la oportunidad de fortalecer su posición global como proveedor de bienes y servicios más sostenibles. En nuestro rol de promover las exportaciones, contribuimos a que nuestras empresas usuarias puedan ver la sostenibilidad como un atributo que permite a nuestros bienes y servicios ser más competitivos en los mercados de destino sin importar su sector y/o tamaño.

La estrategia empleada está dada por la Política de sostenibilidad de ProChile, la cual cuenta con 5 pilares que guían nuestro accionar:

i. Conducta responsable.
ii. Formación y sensibilización.
iii. Empresa Consciente.
iv. Gobernanza Sostenible.
v. Comercio Sostenible.

Durante 2024 se trabajó fuertemente para relevar las temáticas vinculadas a la sostenibilidad a través de diversas acciones, entre las que destacan la realización de un ciclo de talleres con más de 20 empresas de todos los sectores y tamaños para que pudieran desarrollar su primer reporte de sostenibilidad referenciado siguiendo los estándares GRI (Global Reporting Initiative), además de talleres de capacitación, llamado Ciclo de Sustentabilidad para la Internacionalización, en donde se abordaron 3 módulos: Módulo 1 ¿Qué se entiende por Sostenibilidad?, Módulo 2 Debida Diligencia y Módulo 3 Programa Potencia Pyme Export ProChile Walmart.

En relación con las actividades de colaboración con otras instituciones, durante 2024 se puso en marcha la hoja de ruta del grupo de trabajo de sustentabilidad del Consejo Exportador Agroalimentario trabajada en conjunto con ODEPA, mediante actividades de sociabilización entre pares, la realización de 4 conversatorios relacionados a debida diligencia.

Adicionalmente, se mantuvo el trabajo de la mesa de CODESU – Mesa de Huella Ambiental- en la que se abordaron los detalles de las negociaciones con la OMI (Organización Marítima Internacional) sobre la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en el transporte marítimo y se ahondó en la temática vinculada a DD.HH y empresas, con la asistencia de la Subsecretaría de Derechos Humanos, quienes profundizaron en el tercer plan de Derechos Humanos y empresas, el cual comienza su implementación en 2026.

Por otro lado, y dándole seguimiento tanto a nuestra Política de Sostenibilidad, como al estudio de materialidad de ProChile realizado durante 2023, este año se dio inicio al proceso de levantamiento del primer reporte de sostenibilidad de ProChile, ejercicio que supone un paso muy relevante en el camino que nuestra institución lleva recorrido en esta materia y que toma especial importancia en el marco de los 50 años de ProChile.

Adicionalmente, se ejecutó el plan anual correspondiente a nuestro convenio con el Programa Estado Verde, el cual culminó este año con la obtención del sello para la institución en nivel excelencia.

En el marco del grupo de trabajo de sustentabilidad del Consejo Exportador Agroalimentario se desarrolló un estudio de sistemas alimentarios sostenibles, permitiendo reconocer a través de un benchmark los avances y desafíos de Chile respecto de sus competidores en materia de exportaciones del sector alimentario.

Finalmente, en 2024 participamos en nuevos Acuerdos de Producción Limpia (APL) en conjunto con la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC) como lo son el estándar de sustentabilidad de las ciruelas deshidratadas, el quinto APL de ChileAlimentos, el segundo APL del sector Mitilicultor y Certificado Azul.

E-Commerce

En ProChile, 2024 marcó un año fundamental en nuestra apuesta por la modernización y digitalización. Bajo una visión innovadora y con un fuerte compromiso hacia las pymes chilenas, trabajamos arduamente para potenciar el comercio exterior mediante herramientas digitales y estrategias adaptadas a las demandas del mercado global. La estrategia empleada se basó en la promoción del e-commerce como canal estratégico, con capacitaciones, mentorías y alianzas con marketplaces globales.

Capacitaciones y Mentorías en E-commerce
Se realizó un taller de introducción al e-commerce crossborder liderado por SIEX en donde participaron 80 empresas.

Participaron 15 empresas con una mayor adopción digital en capacitaciones y mentorías sobre: Logística internacional / Marketplace y estrategias de ventas /Marketing digital.

Campañas de Promoción Digital en Mercados Clave
En China, se llevó a cabo una campaña de promoción de vinos con una inversión significativa, generando un ROI superior a US$500.000 a través de live streaming.

En México, se implementó un programa de aceleración de productos en Mercado Libre, asesorando a 5 empresas medianas y pequeñas para su inserción en la plataforma y venta en Mercado Libre.

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 que no permiten delegar la certificaciónTratado 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).

Con la finalidad de llevar a cabo este proceso de la forma más eficiente, ProChile, mediante licitación pública, contrata la prestación del servicio de comprobar el origen y precertificación a la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), para productos chilenos exportables del sector industrial, y a la Unidad Central de Certificación de Origen S.A. (UCCO), para productos chilenos exportables del sector agrícola y pesquero; Certificación y Verificación de Origen mantiene la revisión y supervisión constante del servicio entregado, concluyendo con la emisión final del certificado

Como resultado de este trabajo en 2024 se **emitió un total de 109.745 certificados,** beneficiando a un total de **1.572 empresas**, lo que representa un aumento del 18,5% respecto de igual período del año 2023.

El aumento señalado se explica fundamentalmente por una mayor expedición de certificados tanto a China como al Mercosur. En el caso de China, la emisión de certificados de origen tuvo un incremento del 28,4%, originado principalmente por una mayor emisión de certificados para cerezas frescas que ocurrió los meses de enero y febrero, así como también los meses de noviembre y diciembre de 2024.

Por otra parte, ProChile encomienda la tarea de certificación de origen directamente a SOFOFA y a UCCO para los demás acuerdos comerciales que permitan delegar esta labor, es este ámbito, el número de certificados emitidos en el año 2024 corresponde a 111.600 certificados para un total de 1.986 empresas, destacando el incremento de un 17, 1% con relación al mismo período anterior, el que se debe fundamentalmente a una mayor expedición de certificados para manzanas frescas a Brasil.

En el ámbito de la coordinación con la SUBREI, específicamente con la División de Acceso a Mercados, se participó en reuniones de negociación con representantes gubernamentales de los Emiratos Árabes Unidos sobre normas y requisitos de origen; esta reunión se realizó con el objeto de suscribir un acuerdo comercial bilateral. Por su parte, en el marco del acuerdo vigente con Mercosur, esta Unidad intervino en una serie de reuniones con miras a actualizar lo concerniente a normas y certificación de origen del Acuerdo de Complementación Económica N° 35 (Chile- Mercosur) Además, CYVO participó activamente en reuniones con Tailandia para adecuar los procedimientos relativos a la certificación de origen.

A finales del año 2024, se sostuvieron reuniones con el Servicio Nacional de Aduanas y también con la Dirección de Fiscalización de la Unión Aduanera de la Unión Europea (TAXUD). El objetivo de estas reuniones fue coordinar algunos aspectos previos a la puesta en vigencia del Acuerdo Interino Comercial (ITA), el cual moderniza el régimen de origen del Acuerdo de Asociación Chile-UE. A contar del 1° de febrero de 2025, entrará en vigor el ITA y desde esa fecha, ProChile no continuará emitiendo certificado de origen para ese mercado, dado que se acordó el esquema de autocerticación para los operadores comerciales

Adicionalmente, se realizaron una serie de seminarios y talleres en diversas regiones del país, relacionados con la certificación y verificación de origen. Estos eventos estuvieron dirigidos principalmente a medianas y pequeñas empresas exportadoras, representantes de agencias de aduanas y a los certificadores tanto de UCCO, SOFOFA y también funcionarios de ProChile.

Los principales temas que se han presentado en materia de difusión y capacitación se destacan los siguientes: Normas de Origen, Beneficios y/o Ventajas para las Exportaciones, Entidades Certificadoras y Procedimientos, Autocertificación, Certificación de Origen en el marco del CPTPP y Tendencias de la Certificación de Origen.

Marcas Sectoriales

Marca Sectoriales es una herramienta de ProChile que busca 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, lo cual se trabaja de manera coordinada con la Fundación Imagen de Chile, institución a cargo de promover una imagen positiva y sólida de Chile a nivel internacional, para contribuir a su posicionamiento, incidencia internacional, reputación y competitividad y, a través de ello, a su desarrollo.

Hay que destacar que en 2024 se recibieron 4 postulaciones de proyectos que fueron aprobados durante este año: CinemaChile, ChilePork, Chilemúsica y Chile Mussel from Patagonia. A esto se suman 5 proyectos de arrastre (aprobados en años anteriores, con duración de 2 años). En conjunto, las marcas realizaron campañas de posicionamiento sectorial en un total de 33 mercados internacionales.

Campañas Digitales y Unboxing

Campaña "Haz Negocios con el Mundo": Un Viaje de Oportunidades
Desde su fundación, ProChile ha sido el puente entre la innovación y la tradición chilena, y los consumidores globales, siendo un socio estratégico para miles de empresas nacionales, brindándoles la posibilidad de expandir sus negocios más allá de las fronteras.

Bajo este rol, y en el marco de los 50 años de historia, ProChile, a través de esta campaña, invitó a todos los exportadores y aquellos con potencial exportador a expandir sus horizontes y explorar nuevas oportunidades en el mercado global, y con ello reforzar que somos un aliado estratégico, proporcionando herramientas y el apoyo necesario para que sus productos y servicios conquisten nuevos mercados.

La campaña se realizó entre agosto y septiembre 2024, y tuvo como objetivo incorporar nuevos usuarios a ProChile y fidelizar a las empresas usuarias ya registradas, dando a conocer los beneficios que ProChile ofrece a través de sus herramientas. Para ello, se desarrolló una campaña omnicanal que abarcó diversas acciones comunicacionales, alcanzando a tres grandes grupos: exportadores no usuarios, potenciales usuarios de ProChile y usuarios actuales de la institución.

Bajo el concepto "Haz negocios con el mundo", la campaña se centró en destacar los atributos por las cuales ProChile es un aliado estratégico en la internacionalización de las empresas, poniendo énfasis en las oportunidades que ofrece para esta misión en los diferentes mercados.

La campaña se implementó mediante una estrategia digital integral que incluyó SEO/SEM, publicidad segmentada por grupo en plataformas como Meta/Instagram, LinkedIn y Google PMAX, además de una difusión de contenidos en redes sociales. Todo esto estuvo respaldado por un ecosistema de contenido alojado en un landing page, que ofreció información específica para cada segmento de usuario.

El contenido de la campaña fue personalizado según el perfil de cada grupo, se presentaron videos de 50 historias de éxito con empresas usuarias de ProChile seleccionadas a lo largo del país, buscando humanizar el proceso de exportación y mostrando su impacto en la vida de las personas.

Durante el tiempo de campaña **se registraron 1.311 nuevas empresas usuarias,** el 55% fueron de la Región metropolitana, el 25% de las nuevas empresas corresponden a micro y pequeñas empresas, mientras que el 8% a empresas lideradas por mujeres.

Ferias internacionales - Nueva imagen del Stand

Durante la participación de Chile en la 38° edición de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), nuestro país fue coronado con el prestigioso reconocimiento al mejor stand en la categoría Oro.

El stand chileno, de 96 m^2, fue diseñado por ProChile, en torno a los Derechos del Niño, una temática que ha caracterizado la presencia de Chile en ferias internacionales durante el 2024. Con 80,4 metros lineales de estanterías, un módulo de exhibición digital y una estética liderada por la destacada ilustradora nacional Paloma Valdivia, el espacio capturó la atención por su diseño innovador, accesibilidad y capacidad para integrar tanto la tradición literaria como la tecnología.

El diseño del pabellón fue encargado a la empresa DAW Diseño & Arquitectura a través de una licitación pública. Bajo el concepto "mirando más allá de nuestros límites", la propuesta visual destaca por el uso de la cordillera, que permite identificar la presencia chilena a distancia y convertirse en un punto de encuentro para quienes asisten a las ferias internacionales. Asimismo, su estructura modular facilita el montaje, desmontaje y transporte, apostando por la reusabilidad de los elementos y la sostenibilidad.

La delegación chilena participante en la feria estuvo compuesta por autores, editores y representantes de instituciones públicas y privadas, con una programación diversa que incluyó homenajes a figuras icónicas como José Donoso, en el centenario de su nacimiento, y Condorito, en su 75° aniversario.

El stand y las actividades de Chile en la FIL Guadalajara son posibles gracias al trabajo conjunto del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, la Dirección de Promoción de Exportaciones (ProChile), y la División de las Culturas, las Artes, el Patrimonio y la Diplomacia Pública (Dirac).

Este premio no solo reconoce la calidad de nuestro stand, sino también el esfuerzo coordinado entre el sector público y privado para posicionar la literatura y cultura chilenas a nivel internacional.

Imagen de Chile

ProChile junto a la Fundación Imagen de Chile y el sector privado, lanzaron una campaña para que más empresas se sumen al programa de uso de Marca "Made by Chileans", que tiene por objetivo que las empresas chilenas usen la Marca Chile como un sello de origen para sus productos y servicios.

Este sello busca posicionar el valor del origen tanto en el mercado nacional como en el extranjero, contribuyendo a la preferencia de productos nacionales y potenciando el "Hecho en Chile", para que sea factor de orgullo y valor agregado.

Ser parte de "Made by Chileans" es mostrar al mundo lo mejor de nuestro país y demostrar que estamos unidos para darnos a conocer internacionalmente, además de contribuir a construir un futuro mejor para Chile.

Made by Chileans es más que un sello, es la expresión del esfuerzo, la convicción y la audacia de un país que apuesta por el futuro. Queremos mostrar internacionalmente nuestro talento y capacidad para hacer las cosas bien, con aportes a la calidad de vida, sustentabilidad y el cuidado de las comunidades locales y globales. La Marca Chile nos une a todos, y esta campaña busca sumar a aún más empresas chilenas a ser parte de este símbolo de nuestra identidad y de nuestros valores.

Además de otorgar la licencia para llevar el sello, el programa ofrece apoyo en estudios de posicionamiento, materiales audiovisuales, así como capacitaciones y participación en eventos especiales.

Made By Chileans se difundió entre los usuarios de ProChile, con el fin de que nuestras empresas asociadas pudieran participar mediante un proceso de postulación simplificado. Para ello, se enviaron invitaciones vía mail, se difundió información a través de redes sociales y se ofrecieron capacitaciones a las oficinas regionales. Gracias a estas acciones durante el periodo junio a noviembre 2024 (tiempo de activación de la campaña) **se sumaron 735 empresas al programa,** de las cuales 247 empresas son empresas usuarias ProChile.

Información Institucional

La estrategia de ProChile está orientada al cumplimiento de la misión institucional. Para ello se han definido focos estratégicos, sectores y mercados que impulsan la acción de ProChile hacia el logro de los objetivos y metas. Los beneficiarios están en el centro de la estrategia institucional, por ello ProChile está avanzando en la modernización de la gestión y los servicios brindados; potenciar el comercio sostenible e inclusivo; apoyar a los sectores que aportan valor agregado y son reflejo del talento humano; y acercar las oportunidades de mercado a las empresas nacionales.

Equipo

ProChile cuenta con una dotación de funcionarios(as) a nivel central, regional y red externa, la que corresponde a 583 personas entre directivos, profesionales, técnicos y administrativos. Quienes están desagregados geográficamente como se indica:

Nivel Central	Regiones	Red Externa
338 personas	82 personas	163 personas

- Porcentaje de mujeres funcionarias: **60%**
- Porcentaje de hombres funcionarios: **40%**

Equipo Directivo

Nombre	Cargo
Ignacio Fernández	Director General
Paulina Valderrama	Directora de Asuntos Jurídicos
Ma. Lorena Sepúlveda	Directora Nacional
Sebastián Fernández	Director Dirección Administrativa
Natalia Arcos	Directora Internacional
Mª. Julia Riquelme	Directora de Marketing y Eventos
Mª. José Hernández	Directora de Comunicaciones Estratégicas
Felipe Opazo	Director de Desarrollo Estratégico

Capacitación

Realizamos 32 actividades de capacitación en distintas modalidades (cursos, charlas y webinars), enfocados en nuestros 4 pilares de Formación: Negocio, Transformación Digital, Liderazgo y Formación Integral.

En esa línea, destacamos el Programa de Fortalecimiento en la Asesoría al Usuario, que se ejecuta por segundo año consecutivo y, esta vez, estuvo dirigido a funcionarios/as de nuestras oficinas comerciales en el exterior y de nuestras áreas administrativas; el Curso de Actualización de Herramientas Inteligencia Artificial para los equipos de Comunicaciones y Marketing; y los Fondos Concursables de Capacitación, que permitieron a 14 oficinas comerciales de nuestra Red Externa acceder a diversas actividades de formación vinculadas al negocio.

Clínica Virtual ProChile

Desde el año 2024 contamos con un servicio de Clínica Virtual, que busca fortalecer el bienestar y la salud de nuestros funcionarios y funcionarias a través de atenciones telemáticas en ámbitos como medicina, nutrición, asistencia emocional, actividad física, entre otros. Esta medida surgió en respuesta a los resultados que obtuvimos en la encuesta de clima y felicidad laboral, Building Happiness, medición que está en línea con las nuevas tendencias en gestión de personas, y releva la importancia del bienestar integral (físico y psicológico), la flexibilidad, la diversidad e inclusión y la sostenibilidad.

Estado de la certificación de la Norma NCh 3262

Nos preparamos para iniciar un nuevo ciclo de certificación en la Norma Chilena 3262:2021 de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal, por lo que, en octubre pasado, nos sometimos nuevamente a una auditoría externa realizada por la empresa Applus, logrando que ProChile fuera acreditado nuevamente en el cumplimiento de los requisitos asociados a esta Norma. Esto renueva nuestro compromiso con la mejora continua en relación con la construcción de ambientes equitativos, sanos y libres de violencia.

Sello de Liderazgo ProChile

Nos propusimos definir un sello de liderazgo institucional, que resaltara aquellos atributos que buscamos promover en nuestras jefaturas y, de esa forma, impactar positivamente en el bienestar y el desempeño de nuestros equipos. Para definir este sello y las competencias que lo componen, realizamos un levantamiento de información participativo, que convocó a funcionarias y funcionarios, jefaturas, Asociación de funcionarios y equipo directivo.

Definido nuestro sello, medimos el nivel de desarrollo de las competencias de liderazgo, lo que implicó la autoevaluación de las jefaturas, recibir retroalimentación por parte de sus propias jefaturas y de los miembros de sus equipos. Esta medición constituye una línea base con la que nuestras jefaturas podrán trabajar durante este 2025, en tanto pasarán por un programa de formación que buscar fortalecer los atributos incluidos en nuestro sello.

Seguridad Laboral.

Se implementó el programa institucional, el cual anualmente es revisado y actualizado cuya ejecución está a cargo de la persona que suyo rol es ser prevencionista de riesgos y del Departamento Gestión de Personas. El grado de cumplimiento es:

	Cronograma actividades 2024	**Cronograma actividades calidad de vida 2024**
Grado de cumplimiento	92%	93%

Resultados de Metas instrumentos de Gestión 2024

Cumplimiento instrumentos de gestión:

Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG): 99%
Convenio de Desempeño Colectivo (CDC): 100%
Convenio de Desempeño Institucional (CDI): 100%

A continuación, se listan los Compromisos Gubernamentales de ProChile y su grado de cumplimiento:

	Compromiso	Grado de Cumplimiento
1)	Expandir mercados e inversiones en sectores claves, como el de Energías Renovables, Industria de Alimentos y Manufacturas, Servicios Globales, Minerales, Turismo e Infraestructura, así como promover la exportación de la innovación y el desarrollo tecnológico.	**100%**
2)	Promover internacionalmente la Estrategia Nacional del Litio e Hidrógeno Verde.	**60%** Durante el 2025 se realizarán las 2 acciones pendientes.
3)	Profundizar el trabajo de promoción de las exportaciones de bienes y servicios chilenos entre las empresas exportadoras y con potencial exportador, con especial énfasis en Pymes exportadoras, para incrementar los mercados de destino de las exportaciones.	**58%** Durante el 2025 se deberían concretar las 5 acciones pendientes
4)	Apoyar el proceso de aprobación parlamentaria del Acuerdo de Marco Avanzado (AMA) con la Unión Europea, en sus diferentes etapas, así como la difusión de los beneficios y oportunidades que ofrece el AMA a nivel nacional y regional.	**100%**
5)	Explorar oportunidades de acercamiento con las regiones africanas, que permitan el fortalecimiento de las relaciones políticas y económicas a través de dos componentes claves: Cooperación para el Desarrollo y Promoción de Comercio y Servicios.	**100%**
6)	Promover las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres.	**100%**
7)	Avanzar en la institucionalización de los asuntos de género, tanto en el establecimiento de puntos focales en las divisiones y unidades de trabajo como en el desarrollo y funcionamiento de la orgánica ministerial, revisando estructuras, procesos y políticas para el fortalecimiento institucional de la igualdad de género y mayor participación de las mujeres en la toma de decisiones.	**100%**
8)	Fomentar la participación de los funcionarios y las funcionarias en el cuidado del medio ambiente, avanzando en la generación de un cambio cultural en el Ministerio.	**67%** Durante el 2025 se realizará la acción pendiente.
9)	Implementar políticas y formas de trabajo que permitan ejecutar eficientemente los recursos.	**100%**
10)	Mejorar la experiencia de atención de los usuarios, ya sean connacionales y/o extranjeros en todas las dimensiones del quehacer institucional.	**100%**

Presupuesto institucional

Ejecución Presupuestaria 2024

Corresponde a 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, incorpora gastos en personal, bienes y servicios de consumo e inversión.

El presupuesto de ProChile en 2024, según ley vigente, fue de MM$ 52.580.-, La ejecución presupuestaria alcanzó un **96,52%,** donde el gasto institucional consolidado en moneda nacional se sitúo en MM$ 50.751.-

Ejecución por tipo de Tipo de Gasto:

Gastos de operación

Denominación presupuestaria	Ppto Vigente (En MM$)	Ejecución Total (En MM$)	% Ejecución
Gastos en personal	27.559	26.671	96,78%
Bienes y servicios de consumo	3.901	3.724	95,46%
Prestaciones de seguridad social	153	153	100,00%
Transferencias corrientes	18.994	18.336	96,53%
Adquisición de activos no financieros	850	785	92,41%

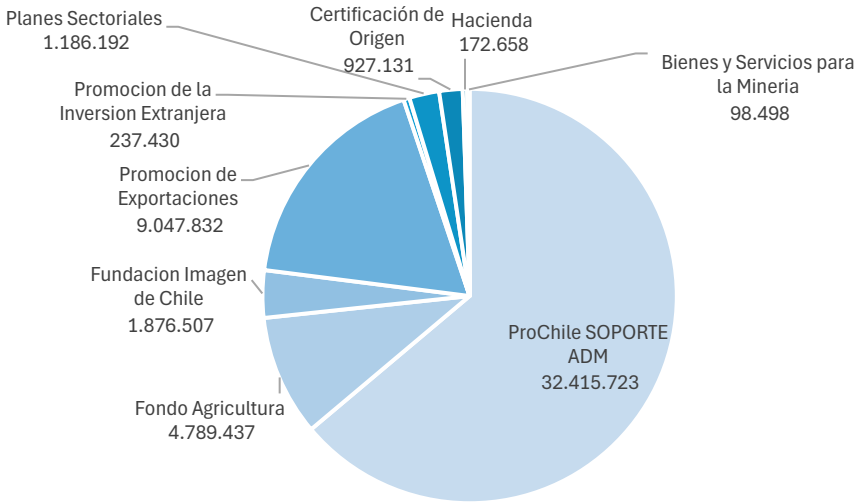
Gastos bajo la línea

Denominación presupuestaria	Ppto Vigente (En MM$)	Ejecución Total (En MM$)	% Ejecución
Íntegros al Fisco	650	611	93,88%
Otros Gastos Corrientes	0	0	0
Servicio de la Deuda	473	472	99,86%
Total consolidado en MM$	**52.580**	**50.751**	**96,52%**

Distribución Ejecución por Línea Programática – Consolidado en moneda nacional, (Tipo de cambio presupuestario $832,41 para el año 2024)

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)
PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES	**51.769.156**	**52.580.070**	**810.914**	**1,57%**	**50.751.408**	**1.828.663**	**3,48%**
ProChile SOPORTE ADM	32.399.536	1.828.663	1.186.437	3,66%	32.415.723	1.170.250	3,48%
Fondo Agricultura	4.990.325	4.813.959	-176.366	-3,53%	4.789.437	24.522	0,51%
Fundación Imagen de Chile	1.963.698	1.876.507	-87.191	-4,44%	1.876.507	-	0,00%
Promoción de Exportaciones	9.592.843	9.608.627	15.784	0,16%	9.047.832	560.794	5,84%
Promoción de la inversión Extranjera	260.467	240.489	-19.978	-7,67%	237.430	3.059	1,27%
Planes Sectoriales	1.341.854	1.234.083	-107.772	-8,03%	1.186.192	47.891	3,88%
Certificación de Origen	931.500	931.500	-	0,00%	927.131	4.369	0,47%
Hacienda	179.055	79.055	-	0,00%	172.658	6.397	3,57%
Bienes y Servicios para la Minería	109.878	109.878	-	0,00%	98.498	11.380	10,36%

Ejecución Presupuestaria Consolidada en miles $

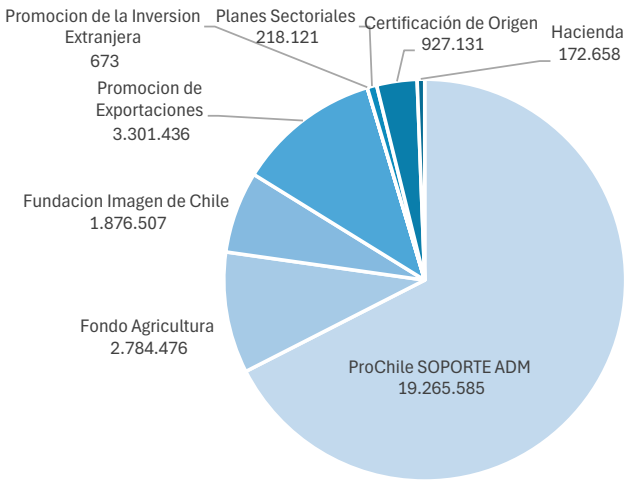


Ejecución Presupuestaria Moneda Nacional (M$)

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)
PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES	**28.841.255**	**9.115.265**	**274.010**	**0,95%**	**28.546.588**	**568.677**	**1,95%**
ProChile SOPORTE ADM	18.023.815	19.549.875	1.526.060	8,47%	19.265.585	284.290	1,45%
Fondo Agricultura	3.170.677	2.789.538	-381.139	-12,02%	2.784.476	5.062	0,18%
Fundación Imagen de Chile	1.963.698	1.876.507	-87.191	-4,44%	1.876.507	-	0,00%
Promoción de Exportaciones	3.807.593	3.548.682	-258.911	-6,80%	3.301.436	247.246	6,97%
Promoción de la Inversión Extranjera	2.420	2.420	-	0,00%	673	1.747	72,18%
Planes Sectoriales	762.497	237.688	-524.809	-68,83%	218.121	19.567	8,23%
Certificación de Origen	931.500	931.500	-	0,00%	927.131	4.369	0,47%
Hacienda	179.055	179.055	-	0,00%	172.658	6.397	3,57%
Bienes y Servicios para la Minería	-	-	-	0,00%	-	-	0,00%

Para el periodo presupuestario 2024, ProChile alcanzó una ejecución de 98,05% en moneda nacional.

Ejecución Presupuestaria en Miles $

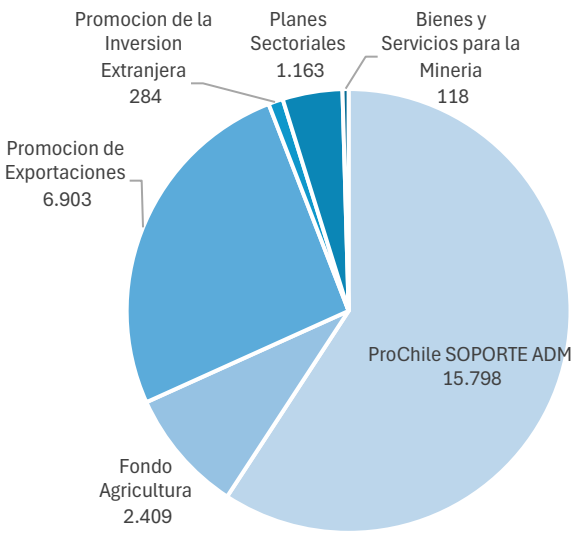


Ejecución Presupuestaria Moneda Extranjera (MUS$)

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)
PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES	**27.544**	**28.189**	**645**	**2,34%**	**26.675**	**1.514**	**5,37%**
ProChile SOPORTE ADM	17.270	16.862	-408	-2,36%	15.798	1.064	6,31%
Fondo Agricultura	2.186	2.432	246	11,25%	2.409	23	0,96%
Fundación Imagen de Chile	-	-	-	0,00%	-	-	0,00%
Promoción de Exportaciones	6.950	7.280	330	4,75%	6.903	377	5,17%
Promoción de la Inversión Extranjera	310	286	-24	-7,74%	284	2	0,55%
Planes Sectoriales	696	1.197	501	71,98%	1.163	34	2,84%
Certificación de Origen	-	-	-	0,00%	-	-	0,00%
Hacienda	-	-	-	0,00%	-	-	0,00%
Bienes y Servicios para la Minería	132	132	-	0,00%	118	14	10,36%

ProChile alcanzó una ejecución del 94,63% en moneda extranjera, lo que es relevante, considerando el escenario político/económico nacional e internacional de los últimos cuatro años.

Ejecución Presupuestaria en Miles US$



Convenios Celebrados con otras Instituciones

	Objeto del convenio	Institución	Resolución aprobatoria	Fecha
1)	Aprueba convenio de colaboración "Mesa de Tecnología Chilena" entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones, Asociación de la Industria Eléctrica-Electrónica A.G., Asociación de Empresas y Profesionales de Software, Tecnologías y Servicios Afines Asociación Gremial, y Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información A.G.	ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA ELÉCTRICA-ELECTRÓNICA A.G., ASOCIACIÓN DE EMPRESAS Y PROFESIONALES DE SOFTWARE, TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS AFINES ASOCIACIÓN GREMIAL, Y ASOCIACIÓN CHILENA DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN A.G.	0068	10-01-2024
2)	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Banco del Estado de Chile	BANCO DEL ESTADO DE CHILE	00089	12-01-2024
3)	Aprueba convenio de colaboración celebrado entre el Ministerio de Relaciones Exteriores Subsecretaría de Relaciones Exteriores y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES SUBSECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES	00108	15-01-2024
4)	Aprueba modificación de convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional de Arica y Parinacota y ProChile	GORE ARICA Y PARINACOTA	00123	16-01-2024
5)	Aprueba modificación de convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional de Antofagasta y ProChile	GORE ANTOFAGASTA	00214	24-01-2024
6)	Aprueba convenio de transferencia de recursos celebrado entre el Gobierno Regional de Tarapacá y ProChile	GORE TARAPACÁ	00280	02-02-2024
7)	Aprueba acuerdo de cooperación y transferencia de recursos entre la Subsecretaría de Minería y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	SUBSECRETARÍA DE MINERÍA	00329	08-02-2024
8)	Aprueba convenio de transferencia de recursos celebrado entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera	AGENCIA DE PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA	00496	04-03-2024
9)	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Asociación Gremial de Empresas de Equipamiento, Tecnología y Servicios para la Minería de Chile	ASOCIACIÓN GREMIAL DE EMPRESAS DE EQUIPAMIENTO, TECNOLOGÍA Y SERVICIOS PARA LA MINERÍA DE CHILE	00515	06-03-2024
10)	Aprueba convenio entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Fundación Imagen de Chile	FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE	2	21-03-2024
11)	Aprueba convenio de cooperación educativa para la realización de prácticas externas entre la Universidad Rey Juan Carlos y la Dirección General de Promoción de Exportaciones.	UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS	00837	10-04-2024

	Objeto del convenio	Institución	Resolución aprobatoria	Fecha
12)	Aprueba convenio de ejecución entre la Secretaría y Administración General del Ministerio de Hacienda y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	SECRETARÍA Y ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL MINISTERIO DE HACIENDA	00999	22-04-2024
13)	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Asociación de Empresas de Alimentos de Chile A.G.	ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE ALIMENTOS DE CHILE A.G.	001207	07-05-2024
14)	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 2023.	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA	01208	07-05-2024
15)	Aprueba 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 2024	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA	01372	16-05-2024
16)	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Sociedad de Fomento Fabril F.G.	SOFOFA	01409	20-05-2024
17)	Aprueba convenio de cooperación entre la Universidad Santo Tomás y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS	01634	04-06-2024
18)	Aprueba convenio de colaboración y transferencia de recursos entre la Subsecretaría de las Culturas y las Artes y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	SUBSECRETARÍA DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES	01635	04-06-2024
19)	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Mediagol Sports Spa	MEDIAGOL SPORTS SPA	01706	07-06-2024
20)	Aprueba convenio de colaboración y transferencia de recursos entre la Corporación de Fomento de la Producción y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	CORFO	02095	24-06-2024
21)	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Corporación de Fomento de la Producción	CORFO	02138	27-06-2024
22)	Aprueba modificación de convenio de transferencia de recursos entre el Gobierno Regional del Maule y ProChile	GORE MAULE	02140	27-06-2024
23)	Aprueba Memorándum de Entendimiento entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y el Consejo Sueco de Comercio e Inversión	CONSEJO SUECO DE COMERCIO E INVERSIÓN	02154	28-06-2024

	Objeto del convenio	Institución	Resolución aprobatoria	Fecha
24)	Aprueba convenio de colaboración con transferencia de recursos entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	CORPORACIÓN NACIONAL DE DESARROLLO INDÍGENA	02472	23-07-2024
25)	Aprueba Memorándum de Entendimiento entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y Cámaras de Comercio de Dubái	CÁMARAS DE COMERCIO DE DUBÁI	02919	27-08-2024
26)	Aprueba convenio de cooperación celebrado entre Frutas de Chile y ProChile (Feria Fruit Logistica Berlin 2025)	FRUTAS DE CHILE	02604	05-08-2024
27)	Aprueba acuerdo de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Cámara de Comercio e Industria de Abu Dhabi	CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ABU DHABI	03041	04-09-2024
28)	Aprueba convenio de colaboración entre la Asociación Gremial de Vinos de Chile y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE	03090	06-09-2024
29)	Aprueba convenio de colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y The Venture Mentoring Team, Inc.	THE VENTURE MENTORING TEAM, INC.	03976	07-11-2024
30)	Aprueba acuerdo de incentivo corporativo entre Dirección General de Promoción de Exportaciones y Air France - KLM	AIR FRANCE - KLM	04222	21-11-2024
31)	Aprueba convenio de cooperación entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Universidad Mayor	UNIVERSIDAD MAYOR	04460	04-12-2024
32)	Aprueba Memorando de Entendimiento entre la Cámara de Comercio e Industria de Vietnam y la Dirección General de Promoción de Exportaciones	CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE VIETNAM	04604	13-12-2024
33)	Aprueba Memorándum de Entendimiento entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y el Viceministerio de Comercio Exterior e Integración del Ministerio de Relaciones Exteriores de Bolivia	VICEMINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN DEL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE BOLIVIA	04686	18-12-2024

Interacción con la Ciudadanía

Gestión en medios de comunicación:

Durante el año 2024, sumamos un total de 2.776 publicaciones en medios de comunicación lo que significa un crecimiento del 19% respecto del año anterior, como resultado de las gestiones de prensa que genera el equipo de periodistas, reporteando, redactando y contactando a los medios de comunicación. Muchas de esas gestiones se amplifican en distintos medios electrónicos.

mayor presencia de las publicaciones de ProChile es en:

Medios online	Prensa escrita	Radio
2.261	285	133

En las gestiones en radios, es importante destacar el crecimiento de un 27% respecto del año anterior ya que fue parte de las metas acordadas a inicios del 2024.

Durante el año 2024, comenzamos a medir las publicaciones multiplataforma. Del total de publicaciones, 457 fueron multiplataforma, eso quiere decir que además de la aparición principal tuvo repercusiones en redes sociales o en versiones impresas y online o canales de YouTube.

En medios regionales alcanzó un total de 1.900 publicaciones y en medios de la Región Metropolitana sumaron 876 publicaciones. El Director General, Ignacio Fernández fue el vocero con más publicaciones, 699 publicaciones. Ricardo Arriagada, director de la oficina regional Los Lagos, le sigue como el segundo vocero.

- El formato entrevistas experimentó un crecimiento, pasando de 100 en 2023 a 188 en 2024.
- Sumamos el nuevo formato Podcast a nuestras apariciones.
- Los sectores con más publicaciones fueron:

Agro & Alimentos	Multisecto-rial	Industrias 4.0	Economías Creativas
901	849	293	200

Los temas con mayores publicaciones se detallan en el siguiente cuadro:

Multisec-toriales	Pisco	Proveedores minería	Productos del Mar
1.067	255	198	190

Con 88 notas relacionadas con Innovación, el crecimiento fue de un 7% respecto al 2023.

Redes sociales:

El alcance total de nuestros contenidos en Redes Sociales fue de 9.943.135, según desglose: Instagram 3.040.428 / Facebook 4.038.396 /LinkedIn 2.537.233 /X (ex twitter) 327.078.
El total de publicaciones en nuestras redes sociales fueron 20.000 (en promedio: 2 por plataforma al día)
Las interacciones totales en nuestras redes sociales fueron 210.999

Respecto al número de seguidores y la audiencia:

Facebook	Instagram	LinkedIn	Twitter
cerró el 2023 con 37.380 (-3%)	cerró el 2024 con 39.212 (+29%),	cerró el 2024 con 61.739 (+20%)	cerró con un total de 82.842 (-1%).
cerró el 2023 con 37.380 (-3%)	cerró el 2024 con 39.212 (+29%),	cerró el 2024 con 61.739 (+20%)	cerró con un total de 82.842 (-1%).

Vías de Información

Estadísticas de acceso al sitio web www.prochile.gob.cl

Visitantes	Número de visitantes que han hecho al menos una visita al sitio web	953.484
Visitas	Sesiones o visitas efectuadas al sitio de ProChile por los usuarios	537.775
Nuevas visitas	Sesiones efectuadas por visitantes que acceden al sitio de ProChile por primera vez	275.047
Páginas vistas	Cantidad de páginas vistas	1.582.553

Centro de Ayuda

Centro de Ayuda	Número de visitas al minisitio	116.000
Base de Conocimiento	Número de visitas	64.668
Formulario Exportaciones	Número de consultas atendidas	1459

Centro Digital del Conocimiento

Visitas	Número de visitas	61.200
Descargas de documentos	Número de descargas	12.490

Atención Ciudadana

En relación a la comunicación con personas que nos contactan mediante el Sistema de Información y Atención Ciudadana (SIAC) durante el año 2024, recepcionamos 237 requerimientos de atención, los cuales en el periodo enero a diciembre, fueron respondidos 236 equivalente a 99,5%. Del total de los requerimientos, el 90% corresponde a consultas, 8% a reclamos y alrededor de un 1% entre sugerencias y felicitaciones.

Solicitudes de transparencia

ProChile recibió 88 solicitudes de transparencia, las cuales fueron respondidas en un 100% dentro del plazo legal. A continuación, se puede apreciar un cuadro resumen por área responsable de abordar cada solicitud.

Área Responsable de Respuesta	N° Respuestas Entregadas
Departamento Participación Ciudadana y Transparencia (*)	28
Dirección Administrativa	27
Departamento Dirección Desarrollo Estratégico	20
Dirección de Asuntos Jurídicos	5
Dirección General	4
Dirección Nacional	2
Departamento Dirección Marketing y Eventos	1
Dirección Regional	1

Fuente: elaboración propia en base a registros internos
(*) Responde cuando las solicitudes deben ser derivadas a otro organismo público, la información requerida está permanentemente a disposición a público y la materia de interés no está contemplada por la ley de transparencia.

Ejecución de modalidades de participación ciudadana:

Respecto al Consejo de la Sociedad Civil (COSOC), durante el año 2024 se llevaron a cabo 5 sesiones en que se abordaron temas como: revisión el texto del informe borrador de cuenta pública participativa, también se trabajó colaborativamente en el "protocolo de atención a usuarios de ProChile", se presentó el rediseño de los pabellones de Chile para las Ferias internacionales, el cual se trabajó junto a la Fundación Imagen de Chile, entre otros temas institucionales.

En relación a las consultas ciudadanas contempladas en la Ley 20.500, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública, son instancias que pretenden conocer la opinión y percepción de la ciudadanía respecto de una determinada problemática de manera de acercar su visión a la acción del Servicio. Durante el 2024, se indagó la opinión sobre las materias de interés para el programa Aula Virtual en su versión 2025.

El año 2024 marcó un hito relevante ya que la presentación presencial de la Cuenta Pública Participativa se realizó por primera vez fuera del área metropolitana, específicamente en la ciudad Chillán, instancia en la cual asistieron empresarios y autoridades locales.

El acceso a información relevante es una tarea permanente en el quehacer institucional ya que existen las respectivas coordinaciones para mantener la información accesible y actualizada sobre el acontecer de ProChile.

Desafíos 2025

En 2024, las exportaciones de productos y servicios no relacionados con el cobre ni el litio alcanzaron un récord histórico de US$ 44.364 millones, superando en un 2% el valor del año anterior y consolidándose como el mejor desempeño en la historia registrada. Este hito es el resultado del esfuerzo conjunto de miles de exportadores y de políticas de Estado que han posicionado al comercio exterior como un pilar esencial del desarrollo nacional.

Continuaremos trabajando para llegar a más destinos, diversificando, agregando valor a las exportaciones y posicionando cada día la imagen de nuestro país en el mundo, para seguir aportando al crecimiento del país.

La estrategia y planificación trazada para el periodo 2025-2026 considera los lineamientos del gobierno, Cancillería y Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales.

En 2025 seguiremos poniendo foco en la internacionalización de las empresas chilenas, con énfasis en pymes, buscando que más de estas empresas participen en el comercio exterior, que exporten mayor volumen, y que logren mantenerse en la actividad exportadora de manera continua.

Nuestro segundo objetivo estratégico es potenciar la diversificación de productos, servicios y mercados de destino, para hacer crecer las exportaciones no cobre no litio.

Y el tercero, seguir aumentando la satisfacción de nuestros usuarios, entregando un servicio más personalizado, a través de una atención focalizada con la modalidad de cartera de usuarios y la implementación de Exporta Más como forma de atención y seguimiento personalizado.

En función de estos objetivos, ProChile se ha propuesto las siguientes metas:

- 42% de empresas usuarias de ProChile en t-2 exporten en el año t.
- 45% de empresas pymes usuarias de ProChile en t-2 exporten en el año t.
- 39% de empresas exportadoras usuarias de ProChile en t-2 diversifiquen mercado en t.
- 34% de empresas pymes exportadoras usuarias de ProChile en t-2 diversifiquen mercado en t.
- 75% de las consultas recibidas sobre información de comercio exterior sean respondidas, en un plazo menor o igual a 4 días hábiles en el año t.
- Contar con una evaluación de satisfacción promedio, en las principales actividades de promoción comercial, igual o superior a 6.

Para esto, durante el período marzo 2025 a marzo 2026, ProChile se enfocará en la organización de 8 actividades de alto impacto, más de 40 ferias internacionales y múltiples actividades de capacitación y promoción comercial, con el objetivo de promover la oferta exportadora chilena. Estas iniciativas buscan generar contactos estratégicos y nuevas oportunidades de negocios, contribuyendo así al proceso de internacionalización de las empresas chilenas y a la diversificación de sus productos, servicios y mercados de destino.

ProChile ha instalado a la innovación como una pieza fundamental para seguir avanzando en potenciar la sofisticación de la matriz exportadora chilena y la internacionalización de empresas con productos de valor agregado altamente escalables. Queremos impulsar la oferta no tradicional y con valor agregado, innovación, servicios, empresas con base tecnológica, oferta sostenible y para necesidades especiales. La tecnología chilena, silenciosamente, se ha ido posicionando en áreas como EdTech, FinTech, Agrotech y Energías renovables. La promoción internacional de este tipo de empresas, junto

con estimular la exportación de las pymes, a través de un trabajo colaborativo con empresas, gremios y otras instituciones de fomento del Estado, es un elemento clave para diversificar nuestras exportaciones.

Parte importante para el logro de los resultados antes mencionados, y un importante desafío para el año 2025, será darles seguimiento a las acciones comerciales realizadas, entregando de esta forma, un apoyo más permanente a las empresas. Este es un requerimiento que los propios usuarios nos han manifestado a través de encuestas y otros instrumentos, por lo que es de gran relevancia atender.

Por otro lado, y siguiendo los lineamientos ministeriales, ProChile seguirá poniendo énfasis en la promoción internacional de los bienes y servicios que ofrecen las empresas lideradas por mujeres, dado los beneficios que trae la participación femenina en el comercio exterior y las oportunidades que existen para impulsarla. Para ello continuaremos ofreciendo capacitación y formación, apoyo técnico para internacionalizar su oferta y la posibilidad de participar en instancias de vinculación con potenciales compradores para visibilizar e impulsar las exportaciones de los emprendimientos con liderazgo femenino.

En esta misma línea, ProChile continuará trabajando con la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) en el programa de "Apoyo al Proceso de Internacionalización de Empresas Indígenas", trabajo conjunto bajo el cual empresas pertenecientes a los Pueblos Originarios Aymara, Quechua, Diaguita, Rapa Nui, Mapuche y Kawésqar, han podido iniciar su proceso de internacionalización, poniendo en valor no solo sus productos, sino también la cultura de cada uno de ellos.

En el ámbito de la diversificación, queremos tener una presencia más robusta en países de ASEAN y el Golfo, porque se trata de economías grandes, con gran potencial demográfico, y por lo tanto representan una tremenda oportunidad para seguir creciendo en comercio exterior y exportaciones, así como atraer inversiones a nuestro país.

En específico, el enfoque en la región de Asia Pacífico corresponde a razones estratégicas para Chile, ya que, por demanda, tendencias de consumo, precio, y otros factores, es una zona que brinda múltiples posibilidades de diversificación y crecimiento de nuestros envíos al exterior.

En el caso de India hemos intensificado el trabajo de promoción durante 2024, y esperamos poder profundizarlo en los próximos años, especialmente en la exportación de alimentos, servicios innovadores y nuestras industrias creativas tales como servicios audiovisuales.

Y no podemos olvidar China. China ha tenido un rendimiento notable para nuestras exportaciones, impulsado por el gran rendimiento de las cerezas (US$2.200 millones en la temporada 2023-2024), pero también de productos como ciruelas, duraznos, nectarines y arándanos.

Además, en octubre 2024 se reabrió el mercado para las carnes de ave, tras 18 meses de suspensión debido al brote de influenza aviar de alta patogenicidad, que comenzó en diciembre de 2022, por lo que vemos con gran expectativa esta reapertura.

Respecto al Golfo, en julio de 2024 el director general de ProChile firmó dos memorándums de entendimiento (MoU, por su sigla en inglés) con las cámaras de comercio de Abu Dhabi y Dubai, en Emiratos Árabes Unidos, en medio de la visita oficial del Presidente Gabriel Boric. Estos memorándums permitirán detectar nuevas oportunidades para nuestras empresas exportadoras en el Medio Oriente, donde tenemos aún espacio para crecer con nuestros envíos y continuar diversificando los mercados de destino para los bienes y servicios chilenos. Para ello en 2025 realizaremos acciones de promoción en este mercado para empresas de servicios y base tecnológica, así como soluciones climáticas y energéticas, para soluciones globales y servicios como healthtech, edtech y fintech. La cancillería, además, reabrirá su embajada en Arabia Saudita, lo que nos permitirá ampliar el rango de acción en la región. Ambos países son una puerta de entrada al Medio Oriente y al norte de África.

Por su parte, en Europa, El 01 de febrero de 2025 entró en vigor la Modernización del Acuerdo de Asociación entre Chile y Unión Europea, otorgando un mejor acceso al mercado europeo y ofrecerá mecanismos permanentes de solución de controversias entre inversionistas y estados eficaces, imparciales y previsibles. El Acuerdo que moderniza el actual Acuerdo de Asociación Chile-UE, expandirá el porcentaje de productos cubiertos por alguna rebaja arancelaria por parte de la Unión Europea, desde un 94,7% a un 99,6% de las líneas arancelarias, que representan casi el total de las exportaciones chilenas a la Unión Europea.

Entre los productos que experimentarán mejoras destaca: Aceite de oliva, Carnes de vacuno, ovina, ave y cerdo, Leche, Productos agroindustriales, Preparaciones alimenticias, Huevos, Etanol, Chocolates, Galletas, Salmon, Merluza, Preparaciones de atún, Granos de cereal y Champiñones.

Esta modernización del acuerdo promueve la igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres, también incluirá un nuevo capítulo sobre comercio digital que aborda los actuales desafíos del comercio exterior; así como mejoras en las condiciones para Pymes en los mercados públicos europeos. Todo esto contribuirá a una mayor diversificación de productos y empresas que comercializan con la Unión Europea, especialmente en países que nos ofrecen espacio como son los países de Europa del Este, países nórdicos, Bélgica, Grecia, entre otros.

En general, se abren oportunidades en un mercado competitivo y que pone atención a la producción sostenible y el cuidado del medio ambiente, para las empresas que ofrecen innovación y tecnologías limpias, algo en lo que Chile se está posicionando como un socio comercial confiable.

Finalmente, podemos señalar que, en el modelo exportador chileno para concretar avances en diversificación y complejidad de la matriz exportadora, es clave el rol que juega el Estado reforzando la alianza público-privada. Y eso lo hacemos en ProChile, no solo ahora, sino desde hace 50 años.

Una canasta exportadora variada fortalece la economía del país, haciéndola más resistente ante las turbulencias externas. Además, cuando las empresas amplían sus mercados hacia el extranjero, no solo expanden sus operaciones, sino que también generan un impulso económico, creando más empleo y, en última instancia, mejorando el bienestar de toda la población.

En concreto, desde la Cancillería, Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales y ProChile, estamos trabajamos en tres ejes fundamentales en donde visualizamos espacio de oportunidad relevantes: agregar valor a nuestra oferta, fortalecer nuestra provisión de servicios, y promover una política comercial participativa.

Respecto a la oferta, nuestro énfasis está en impulsar la internacionalización de oferta no tradicional y con valor agregado, innovación, servicios, empresas con base tecnológica, oferta sostenible y para necesidades especiales, de acuerdo con la demanda internacional.

Sobre los servicios, éstos representan un eje fundamental, no solo en la economía chilena, sino que también en el posicionamiento e imagen internacional de nuestro país como un polo de innovación en la región, fundamentando su oferta en el desarrollo de soluciones basadas en conocimiento, alto valor e incorporación de una fuerte base tecnológica.

Respecto a la participación, la política comercial de Chile es impulsar un comercio exterior inclusivo, incentivando la participación de empresas lideradas por mujeres, y aumentando la participación de pequeñas y medianas empresas en la actividad económica internacional.

CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2025