

**DIRECTOR/A REGIONAL ZONA CENTRO SUR
DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES
II NIVEL JERÁRQUICO**

LUGAR DE DESEMPEÑO

Región de Bío Bío,
Concepción

I. PROPÓSITO Y DESAFÍOS DEL CARGO*

**1.1 MISIÓN
Y FUNCIONES DEL
CARGO**

Al/a la Director/a Regional de ProChile, zona Centro Sur, le corresponde dirigir la Oficina Regional de Bío Bío velando por el cumplimiento de los lineamientos, metas y objetivos institucionales fijados para su Dirección Regional, asumiendo responsabilidad por las coordinaciones internas a nivel de ProChile. A su vez, le corresponde promover y articular las coordinaciones funcionales de las oficinas regionales que componen su (Maule, Ñuble, Bio Bio y La Araucanía), con el objetivo de implementar los lineamientos institucionales.

Respecto a la Regional de Concepción:

1. Definir e implementar el plan de acción de la dirección regional, el cual deberá contribuir a la provisión en el territorio de los servicios estratégicos de la institución.
2. Apoyar al gobierno regional en materias afines a la internacionalización de la región y al posicionamiento de su oferta exportable en los mercados internacionales.
3. Ejecutar actividades de promoción y difusión de la región tanto en Chile como en el extranjero, entre las que está la organización de la participación de Chile en ferias y en eventos comerciales internacionales como, asimismo, colaborar en la promoción y difusión en el exterior del turismo y en la atracción de la inversión extranjera hacia Chile, en especial cuando los órganos de la Administración del Estado competentes en la materia lo soliciten.
4. Formular propuestas a los sectores público y privado regionales para la óptima participación en los mercados internacionales, utilización de los acuerdos internacionales y fomento de los flujos de comercio e inversión.
5. Proporcionar a los sectores público y privado regionales información de orden técnico en materia de su competencia y atender las solicitudes de información que se le formulen.
6. Generar y participar en redes institucionales de trabajo en que se coordinen esfuerzos públicos y privados para impulsar el proceso exportador de las empresas y la internacionalización de la región.

Respecto a la Zona Centro Sur:

7. Velar por el cumplimiento de los lineamientos estratégicos institucionales en la zona centro sur.
8. Promover la coordinación territorial para la implementación de los servicios y herramientas que la Institución pone a disposición del sector empresarial de manera de asegurar un mayor impacto.
9. Facilitar y articular las acciones de las oficinas regionales que comprenden su zona con la sede central y efectuar la planificación anual y las definiciones presupuestarias para la zona, entre otros aspectos.
10. Levantar, gestionar y coordinar actividades zonales de promoción internacional para oferta exportable en común entre las regiones; talleres y coaching conjuntos.
11. Generar en conjunto con el área de comunicaciones una estrategia comunicacional de las zonas para ese territorio.

1.2 ÁMBITO DE RESPONSABILIDAD

Nº Personas que dependen directamente del cargo	7
Nº Personas que dependen indirectamente del cargo	12
Presupuesto que administra	\$225.235.239.-

**1.3
DESAFÍOS Y
LINEAMIENTOS
PARA EL PERIODO**

Corresponde a las contribuciones específicas que la autoridad respectiva espera que el Alto Directivo Público realice durante el período de su gestión, en adición a las tareas regulares propias del cargo, señaladas en el punto anterior. Estos lineamientos orientan el diseño del Convenio de Desempeño ADP

DESAFÍOS	LINEAMIENTOS
Regionales	
1. Acelerar el proceso de internacionalización de las PYMES exportadoras de la región ofreciendo las herramientas institucionales de apoyo y capacitación a los potenciales y reales exportadores de Chile.	1. Desarrollar un programa de apoyo para PYMES exportadoras de bienes y servicios.
2. Impulsar las exportaciones vinculadas fundamentalmente a servicios e industria 4.0, industrias creativas, así como alimentos con valor agregado en la región.	2. Desarrollar e implementar un plan de trabajo que potencie los sectores de servicios e industria 4.0, industrias creativas, así como alimentos con valor agregado.
3. Apoyar la internacionalización de innovación y emprendimientos de alto impacto, a través de la implementación de los instrumentos diseñados institucionalmente para este fin en la región.	3. Desarrollar un programa de apoyo para implementación y medición de impacto de instrumentos institucionales que faciliten la internacionalización de innovación.
4. Resguardar un ambiente de trabajo estimulante y desafiante para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.	4. Instalar prácticas organizacionales que faciliten la comunicación y retroalimentación, propiciando la implementación de iniciativas de gestión de personas.
5. Posicionar ProChile en la región.	5. Implementar un programa de posicionamiento de ProChile en la región y zona, de acuerdo a lineamientos institucionales.
Zonal	
6. Coordinar la implementación de los desafíos señalados entre los puntos 1 a 5, en conjunto con los directores regionales de su zona, estableciendo parámetros de cumplimiento y control.	6.- Generar un plan de coordinación y control que permita realizar un seguimiento de la implementación de los desafíos establecidos para las regiones, generando reportabilidad periódica que permita monitorear el cumplimiento de éstos.

1.4 RENTA DEL CARGO

El no cumplimiento de las metas establecidas en el Convenio de Desempeño, que debe suscribir el Alto Directivo Pública, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

El cargo corresponde a un grado **4°** de la Escala Única de Sueldos DL 249, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **15%**. Incluye las asignaciones de modernización, zona y asignación de estímulo ley 19.999. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$3.578.000.-** para un no funcionario, la que se obtiene de una aproximación del promedio entre el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses sin asignación de modernización y el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses con asignación de modernización, cuyo detalle es el siguiente:

*Renta líquida promedio mensual referencial meses sin asignación de modernización (enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre) **\$3.025.000.-**

Renta líquida promedio mensual referencial meses con asignación de modernización (marzo, junio, septiembre y diciembre) **\$4.685.000.-

La asignación de estímulo establecida en la ley 19.999 puede alcanzar hasta un 15% mensual y se percibe en su totalidad después de cumplir un año calendario completo de antigüedad en el servicio.

El componente colectivo de la asignación de modernización se percibe en su totalidad después de cumplir un año calendario completo de antigüedad en el servicio.

II. PERFIL DEL CANDIDATO

2.1 REQUISITOS LEGALES *

Este componente es evaluado en la **etapa I de Admisibilidad**. Su resultado determina en promedio a un 90% de candidatos que avanzan a la siguiente etapa.

Título profesional de una carrera de, a lo menos, 8 semestres de duración, otorgado por una universidad o instituto profesional del Estado o reconocido por éste y acreditar una experiencia profesional no inferior a 5 años.

Fuente: Artículo N° 4 del DFL N° 2, 19 de marzo de 2019, del Ministerio de Relaciones Exteriores.

2.2 EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS

Este componente es evaluado en la **etapa II de Filtro Curricular**. Su resultado determina en promedio, un 12% de candidatos que avanzan a la siguiente etapa de evaluación. Este análisis se profundizará en la etapa III.

Es altamente deseable poseer experiencia comercial en el desarrollo y promoción a nivel internacional de la oferta exportable de bienes y servicios, en un nivel apropiado para las necesidades específicas de este cargo.

Adicionalmente se valorará:

Poseer experiencia en uno o más sectores productivos de la región o de la zona.

Es altamente deseable poseer 3 años de experiencia en cargos de jefatura (coordinación de equipo/s).

2.3 VALORES PARA EL EJERCICIO DEL CARGO

Este componente es evaluado por las empresas consultoras en la **etapa III que corresponde a la Evaluación Gerencial.**

VALORES Y PRINCIPIOS TRANSVERSALES

PROBIDAD Y ÉTICA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

Capacidad de actuar de modo honesto, leal e intachable, respetando las políticas institucionales, resguardando y privilegiando la generación de valor público y el interés general por sobre el particular. Implica la habilidad de orientar a otros hacia el cumplimiento de estándares éticos.

VOCACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO

Capacidad de reconocer el rol que cumple el Estado en la calidad de vida de las personas y mostrar motivación por estar al servicio de los demás, expresando ideas claras de cómo aportar al desarrollo de acciones que contribuyan al bien de la sociedad. Implica el interés y voluntad de comprometerse con la garantía de los principios generales de la función pública, los derechos y deberes ciudadanos y las políticas públicas definidas por la autoridad.

CONCIENCIA DE IMPACTO PÚBLICO

Capacidad de comprender el contexto, evaluando y asumiendo responsabilidad del impacto que pueden generar sus decisiones en otros. Implica la habilidad de orientar la labor de sus trabajadores hacia los intereses y necesidades de la ciudadanía, añadiendo valor al bienestar público y al desarrollo del país.

*Para el cómputo de la duración de la carrera que da origen al título profesional de pregrado, podrán sumarse los estudios de post grado realizados por el mismo candidato. Fuente legal: Artículo Cuadragésimo de la Ley N° 19.882, inciso final, parte final, modificado por el número 6, del artículo 1°, la ley N° 20.955.

**2.4
COMPETENCIAS
PARA EL
EJERCICIO DEL
CARGO**

Este componente es evaluado por las empresas consultoras en la segunda fase de la **etapa III** que corresponde a la **Evaluación por Competencias**. Su resultado determina en promedio, un 5% de postulantes que pasan a las entrevistas finales con el Consejo de Alta Dirección Pública o Comité de Selección, según sea el caso.

COMPETENCIAS	
C1. VISIÓN ESTRATÉGICA	Capacidad para anticipar, detectar y analizar las señales del entorno e incorporarlas de manera coherente a la estrategia y gestión institucional, estableciendo su impacto a nivel local y global. Implica la habilidad para aplicar una visión de su rol y de la institución de una forma integral.
C2. GESTIÓN Y LOGRO	Capacidad para establecer metas desafiantes orientadas al logro de los objetivos institucionales, movilizandolos recursos y alineando a las personas hacia su cumplimiento, monitoreando el avance, entregando apoyo y dirección frente a obstáculos y desviaciones, e implementando acciones correctivas en función de lograr resultados de excelencia.
C3. GESTIÓN DE REDES	Capacidad para construir y mantener relaciones de colaboración con personas y organizaciones claves para favorecer el logro de los objetivos, posicionando a la institución y generando respaldo y compromiso hacia la consecución de metas tanto institucionales como interinstitucionales.
C4. LIDERAZGO Y GESTIÓN DE PERSONAS	Capacidad para motivar y orientar a las personas, reconociendo y desarrollando el talento, generando compromiso con la visión y valores institucionales. Implica la capacidad de promover un clima armónico de trabajo, velando por las buenas prácticas laborales y generando cohesión y espíritu de equipo.
C5. INNOVACIÓN Y MEJORA CONTINUA	Capacidad para generar respuestas innovadoras a los desafíos que enfrenta la institución, integrando distintas perspectivas y promoviendo en otros la iniciativa y la participación, identificando oportunidades de mejora y facilitando la incorporación de prácticas de trabajo que generen valor a la institución.

III. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

3.1 DOTACIÓN

Dotación Total (planta y contrata)	647
Presupuesto Anual	\$28.154.594.000.- / USD \$24.587.000.-

3.2 CONTEXTO Y DEFINICIONES ESTRATÉGICAS DEL SERVICIO

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

Misión Institucional: Contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

Objetivos Estratégicos institucionales:

- Contribuir al crecimiento y diversificación de la oferta exportable.
- Desarrollar e implementar estrategias intensificando, de manera focalizada, las acciones de promoción para aquellos sectores que presentan oportunidades de negocios.
- Contar con equipos de trabajo altamente especializados en todos los ámbitos de la organización, especialmente en negocios y comercio internacional, Promoción, Imagen País e Inversiones.
- Fortalecer la institucionalidad de ProChile, a través de un modelo de gestión integrado, digital, eficiente y transparente, que responda a las actuales y futuras exigencias.
- Contribuir a la promoción de la imagen país, la inversión extranjera y el turismo.

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios):

1.- Generación y difusión de información de comercio exterior:

Desarrollo de acciones enfocadas al monitoreo, selección, organización y procesamiento del conocimiento de los mercados internacionales; análisis, desarrollo y difusión de estadísticas, tendencias, oportunidades y alertas de mercados, incluyendo información sobre acceso a mercados internacionales y barreras arancelarias y paraarancelarias (certificaciones, normativas y reglamentos), para las empresas exportadoras o con potencial exportador, con el objeto de facilitarles el acceso, permanencia y/o diversificación en las economías internacionales.

2.- Capacitación para el desarrollo de capacidades exportadoras:

Asesoría y capacitación, apoyadas por herramientas especializadas para desarrollar capacidades y competencias en gestión empresarial, orientadas a mejorar la capacidad exportadora de las empresas exportadoras o con potencial exportador. Las instancias de formación exportadora pueden darse en Chile, en el extranjero u online, se clasifican, entre otros, en: coaching exportador, talleres y seminarios.

3.- Acciones de promoción para la introducción, penetración y consolidación de mercados:

Implementación de acciones, diseñadas con un enfoque territorial y sectorial, destinadas a acercar la oferta con la demanda de productos y servicios chilenos, y aumentar así el número de empresas que exportan o diversificar los mercados o productos y servicios. Para lo anterior, se pone a disposición de las empresas y asociaciones gremiales un conjunto de acciones tales como: Ferias Internacionales, Misiones Comerciales, Ruedas de Negocios, Agendas de Negocios, Concursos públicos sectoriales y empresariales, Marcas Sectoriales, Programa E- commerce, entre otros; donde cada una tiene una modalidad de co-financiamiento y convocatoria abierta, según corresponda

Cobertura territorial:

Oficinas En las 16 regiones del país.

56 oficinas comerciales en el exterior.

Macrozona	Región	Sector Productivo o Servicio
Centro Sur	Maule	Agroalimentos: Fruta Fresca, Alimentos Saludables y Orgánicos, Gourmet, Cereales, Frutos Secos, Deshidratado, Vinos, Cervezas, Aguas, Semilla, Flores, Productos del Mar, Miel.
		Minería: Proveedores Mineros
		Industrias: Moda, Diseño Industrial, Forestal y Celulosa, Proveedor Acuícola y Pesquero, Proveedor Industria Metalmecánica, Cosmética Natural, Energía Renovable.
		Industrias Creativas: Narrativa Gráfica, Editorial, Comics, Música, Animación, Videojuegos, Artes Visuales, Artes Escénicas, Audiovisual
		Servicios: Edutech, Ehealth, Agrotech, Smart City, TICS, Servicios Profesionales Arquitectura, Ingeniería y Construcción
Centro Sur	Ñuble	Agroalimentos: arándanos, frambuesas, manzanas, cerezas, frutillas, moras, avena, espárragos, hongos, vinos, harina de trigo, rosa mosqueta, infusiones de té.
		Industrias: madera aserada, puertas y molduras, curtembres, fieltros, metalmecánica y productos reciclados.
		Industrias Creativas: comics, música, pintura y artesanía campestre.
		Servicios: riego agrícola, tecnologías de la información
Centro Sur	Bio Bio	Agroalimentos: Jurel, Salmón, Trucha, Jibias, Algas, Arándanos, Frambuesas, Maqui, Vinos.
		Minería: Proveedores de la Minería.
		Industria: Madera aserrada y/o cepillada, Tableros de madera, Madera contrachapada, Listones, Molduras y

		Perfiles de madera.
		Industrias creativas: Narrativa Grafica, Videojuegos y Servicios Editoriales.
		Servicios: TICs, Ingeniería.
Centro Sur	La Araucanía	Agro & Alimentos: Fruta Fresca (manzanas, cerezas), Berries (arándanos, maqui, frambuesas), Cereales y Leguminosas (Avena, Lupino); Alimentos Saludables, Funcionales, Orgánicos y Gourmet; Frutos Secos y Deshidratados; Vinos, Cervezas, Aguas, Semillas, Aceites, Flores, Miel y Plantas; Carne (Bovina), Agroelaborados.
		Industrias: Moda, Diseño Industrial, Cueros y Lanas, Industria Forestal Maderera, Industria Secundaria de la Madera, Aparatos de Calefacción Hogar, Construcciones Prefabricadas, Proveedores para la Agroindustria, Maquinaria Agrícola, Acuicultura (ovas), Cosmética Natural.
		Industrias Creativas: Audiovisual, Joyería con diseño de autor.
		Servicios: Servicios TIC (Edutech, Fintech, Agrotech, Smart City, Servicios Digitales Transversales); Servicios Profesionales (Arquitectura, Ingeniería y Construcción).

3.3 USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS

Usuarios internos

Dirección General: Se coordinan los lineamientos establecidos por la Dirección General y su implementación en la región y en la zona, con especial énfasis en la planificación estratégica y productos desarrollados por ProChile.

Dirección Nacional: Corresponde coordinar las acciones con los sectores de Servicios e industrias, alimentos, industrias creativas y comercio electrónico.

Dirección Internacional: Corresponde coordinar las acciones con los mercados internacionales, con el objetivo de disponer a las oficinas regionales y zona con información adecuada para prospectar los mercados atingentes con la oferta exportable disponible.

Dirección de Desarrollo: Se coordinan acciones para establecer la planificación, monitoreo y control de los lineamientos y actividades implementadas por la Dirección Nacional.

Dirección de Marketing: Se coordinan las estrategias de promoción que deben implementarse a través de las oficinas regionales y zonas para promocionar la oferta exportable.

Dirección de Asuntos Jurídicos: Se coordinan los aspectos legales y reglamentarios que debe cumplir las oficinas regionales y zonas la implementación de sus lineamientos y actividades.

Dirección Administrativa: Se coordinan los aspectos administrativos que debe cumplir las direcciones regionales y zonas en la implementación de sus lineamientos y actividades.

Usuarios externos

Empresas regionales: se realiza la aplicación de los instrumentos institucionales para la promoción de oferta exportable de las regiones y zonas.

Corporaciones, Fundaciones y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs): Se debe coordinar acciones con organizaciones para la promoción de oferta exportable, gestionando acciones en conjunto entre el sector público y privado.

Gobierno Regional: Se coordinan acciones para la integración con programas y/o acciones gubernamentales que potencien el apoyo a empresas regionales.

Municipios: Se coordinan acciones y/o asesorías a programas fomentados por los Municipios.

Cámaras Regionales de Comercio: Gestión de actividades en conjunto para la promoción de oferta exportable regional, de acuerdo a sectores que corresponda.

Organismos de fomento productivo: se realizan coordinaciones con Corfo, Sercotec, Centros de Desarrollo de Negocios, Corporación Regional de Turismo, Conadi, entre otros, con el objetivo de generar acciones en conjunto para la promoción de la oferta exportable.

Universidades e Institutos Técnicos: Se realizan actividades en conjunto de formación, capacitación y asesoría a empresas exportadoras o con potencial exportador.

3.4 ORGANIGRAMA

