

AGOSTO 2026

Concursos

¿Cómo postular un buen Proyecto?

Subdepartamento de Herramientas y Programas

CONCURSOS@PROCHILE.GOB.CL

CONTENIDOS DEL TALLER:



HERRAMIENTA CONCURSOS, CONVOCATORIA 2027



COMO PREPARAR UN PROYECTO



ASPECTOS IMPORTANTES A EVALUAR



PLATAFORMA DE POSTULACIÓN



¿QUÉ SON LOS CONCURSOS?

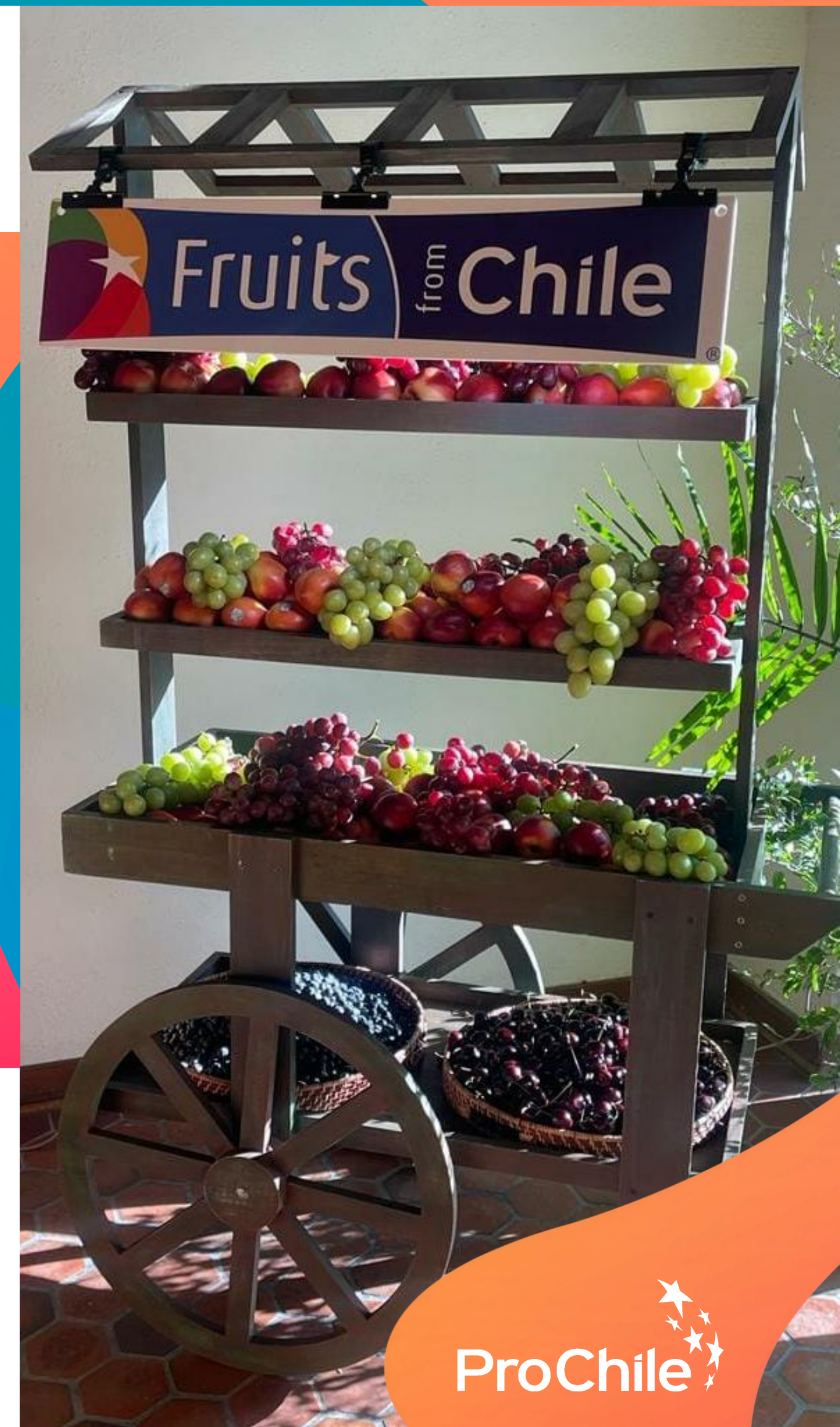
Los Concursos son una de las herramientas de ProChile destinadas a fomentar las exportaciones mediante el cofinanciamiento y el apoyo en la implementación de diversas estrategias de promoción de exportaciones.

¿DÓNDE ENCUENTRO INFORMACIÓN DE CONCURSOS?

<https://www.prochile.gob.cl/herramientas/concursos>

¿QUIÉNES PUEDEN POSTULAR?

PROYECTOS SECTORIALES: persona jurídica con un **alto grado de representatividad** del sector pertinente, ya sea a nivel nacional o regional. (Corporaciones, Fundaciones, Asociaciones, Federaciones, Confederaciones, Cooperativas o similares.)



PRINCIPALES OBJETIVOS



Apoyar la Promoción Comercial de las empresas chilenas en su proceso Exportador



Incentivar las acciones de promoción internacional asociativas e individuales



Potenciar las Capacidades Exportadoras

TIPOS DE ACTIVIDADES COFINANCIABLES:

- Promoción en Plataformas de e-commerce.
- Desarrollo de Estrategias de Branding, Campañas Publicitarias y Promocionales.
- Realización de Promociones, Eventos, Degustaciones, Pitching y/o Exhibiciones de Productos o Servicios.
- Inteligencia de Mercado (Estudios de Mercado).
- Participación como Expositor en Feria Internacional.
- Traída de Promotores Internacionales (periodistas, líderes de opinión).
- Traída de Compradores y/o Potenciales Compradores.
- Visita a Ferias Internacionales.
- Misiones Comerciales.
- Asistencia a Foros, Seminarios, Talleres y Eventos de Difusión.
- Realización de Foros, Seminarios, Talleres y Eventos de Difusión. (sólo en Chile)

*Considerar que para los proyectos 2027 las actividades definidas durante la postulación deben considerar que futuros cambios como incorporaciones o eliminaciones de tipo de actividad implican una modificación de convenio.

TIPOS DE GASTOS COFINANCIABLES

- Alojamiento y/o Alimentación: (anteriormente denominado como “viáticos”)
- Honorarios: Considera honorarios nacionales e internacionales
- Arriendo de Espacios y Salón.
- Arriendo de Equipos y Mobiliario.
- Diseño, Elaboración de Material Promocional, Impresión e Imagen.
- Entradas e Inscripciones en Eventos.
- Envíos de Muestras.
- Gastos en Medios de Publicidad y Difusión.
- Habilitación y Montaje de Stand.
- Servicios de Consultorías y Asesorías.
- Pasajes Aéreos, Terrestres y Marítimos.
- Visa.



TIPOS DE GASTOS COFINANCIABLES

- Servicios de traducción.
- Arriendo de oficinas o salas de reuniones para ejecutar una actividad de promoción de exportaciones.
- Gastos y comisiones bancarias.
- Costo de garantías.
- Seguro de Asistencia en Viajes.
- Desarrollo y/o Mejora del sitio Web.
- Servicio de Catering.
- Servicios de transporte en Chile





COFINANCIAMIENTO Y MODALIDAD DE PROYECTO

COFINANCIAMIENTO: Todo proyecto tiene aporte público y aporte privado.

MODALIDAD ANTICIPO: Es aquella modalidad que habilita al Postulante, una vez adjudicado el proyecto a recibir los fondos de aporte público en forma anticipada, de parte de PROCHILE, una vez cumplidos todos los requisitos establecidos para ello en el respectivo convenio, recibido conforme la correspondiente garantía y encontrándose totalmente tramitada la resolución que aprueba el respectivo convenio. **Pueden ejecutar actividades hasta el 31 de diciembre.**

MODALIDAD REEMBOLSO: Es aquella modalidad que habilita al Postulante, una vez adjudicado el proyecto, para solicitar el reintegro de los gastos en que incurrió con cargo a los fondos públicos comprometidos, una vez que PROCHILE haya aprobado los informes técnicos de la actividad, así como la rendición de cuentas respectiva. **Pueden ejecutar actividades hasta el 30 de septiembre.**

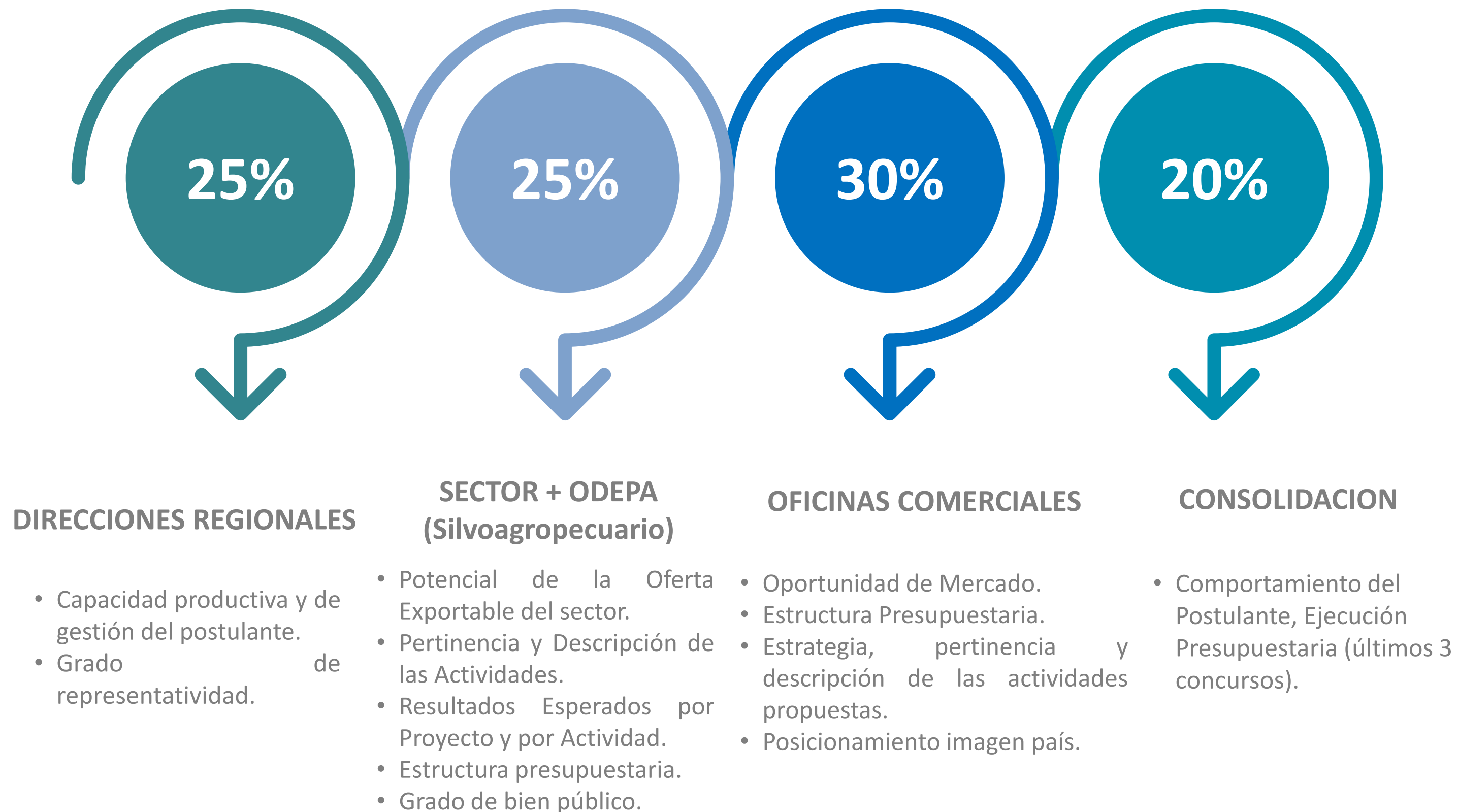
RESUMEN CARACTERÍSTICAS CONCURSOS 2027

DETALLE	Sectorial
	Silvoagropecuario
Cofinanciamientos Máximos	hasta 50%
Aporte Máx. ProChile (pesos)	M\$150.000 por proyecto
Aporte público mínimo por proyecto	M\$3.500 por proyecto
Requisitos Mínimos de Postulación	El Proyecto + RUT del Postulante
Máximo Proyectos por Rut Postulado	2
Máximo de Mercados objetivos por Proyecto	8
Período de Ejecución	1 año calendario
Fondo a Concursar	Concurso Silvoagropecuario hasta \$2.000.000.000 Este monto se podrá incrementar o disminuir en caso de disponibilidad presupuestaria

RESUMEN CARACTERÍSTICAS CONCURSOS 2027

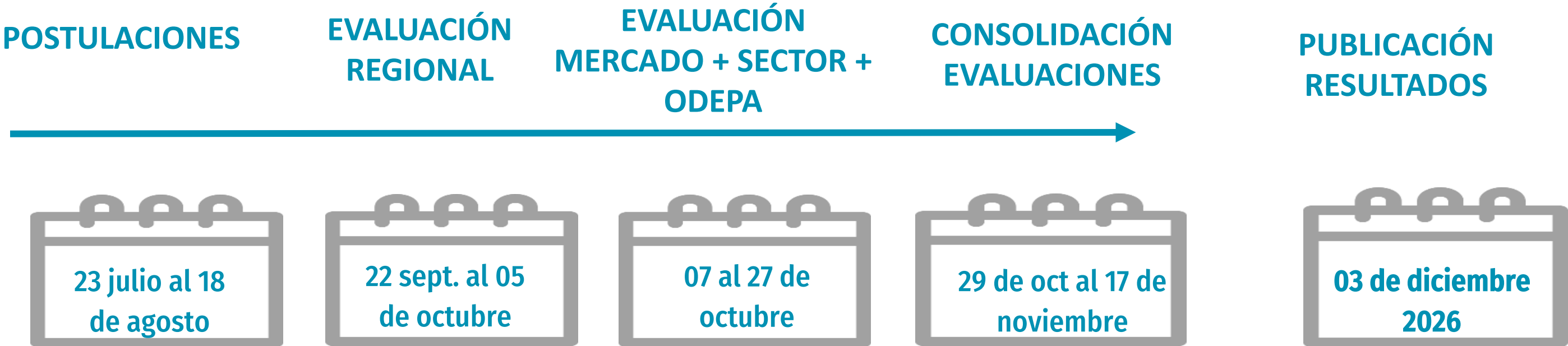
DETALLE	Sectorial
	Servicios e industrias creativas
Cofinanciamientos Máximos	hasta 50%
Aporte Máx. ProChile (pesos)	M\$25.000 por proyecto
Aporte público mínimo por proyecto	M\$3.500 por proyecto
Requisitos Mínimos de Postulación	El Proyecto + RUT del Postulante
Máximo Proyectos por Rut Postulado	1
Máximo de Mercados objetivos por Proyecto	5
Período de Ejecución	1 año calendario
Fondo a Concursar	Concurso industrias creativas y servicios hasta \$150.000.000 cada uno. Este monto se podrá incrementar o disminuir en caso de disponibilidad presupuestaria.

PONDERACIONES POR EVALUADOR



CARTA GANTT CONCURSO

SECTORIAL
SILVOAGROPECUARIO



SECTORIAL
INDUSTRIAS CREATIVAS
Y SERVICIOS



¿QUIENES PUEDEN PRESENTAR UN PROYECTO Y/O PARTICIPAR EN ACTIVIDADES?

POSTULANTE (denominado receptor o receptora de fondos públicos después de adjudicado el proyecto):



Es toda persona persona jurídica con un **alto grado de representatividad** del sector pertinente, ya sea a nivel nacional o regional (Corporaciones, Fundaciones, Asociaciones, Federaciones, Confederaciones, Cooperativas o similares) constituidas en Chile, que desarrolle y/o comercialice bienes o servicios a nivel nacional y/o en el extranjero, que forman parte de la oferta exportable nacional. Cada proyecto que se presente al concurso podrá tener **sólo UN POSTULANTE**. Se deja expresamente establecido que la administración del proyecto debe ser ejercida directamente por el receptor o receptora de fondos públicos, por tanto, éste no podrá ceder ni total ni parcialmente dicha administración a un tercero.

BENEFICIARIOS:



Es toda persona natural o jurídica constituida en Chile, que desarrolla, procesan y/o comercializan bienes referidos al proyecto postulado, que forman parte o pueden llegar a formar parte de la oferta exportable nacional y que hayan completado la declaración jurada de beneficiario; siendo los primeros y principales beneficiados con los resultados del proyecto ejecutado.

Los beneficiarios podrán ser reemplazados en caso de necesitarlo.

TU PROYECTO EN POCAS PALABRAS

TITULO DEL PROYECTO: Debe ser un título atractivo que resuma la idea principal de tu proyecto. Debe ser genérico sin indicar nombre de mercado o evento.

COFINANCIAMIENTO: Corresponde al financiamiento público solicitado, se elige desde las opciones presentadas. El cual podrá ser ratificado o corregido por ProChile, en caso de quedar adjudicado.

DESCRIPCION DEL PROYECTO: Describir claramente en qué consiste el proyecto, respaldar con información y cifras que considere relevante.

VIDEO EXPLICATIVO: Es opcional, con una duración máxima de 2 minutos dando a conocer su proyecto y su empresa.



PREGUNTAS CLAVES: ¿QUÉ?

PRODUCTO: Describir claramente el producto que desea promocionar con el proyecto. Indicar su código arancelario.

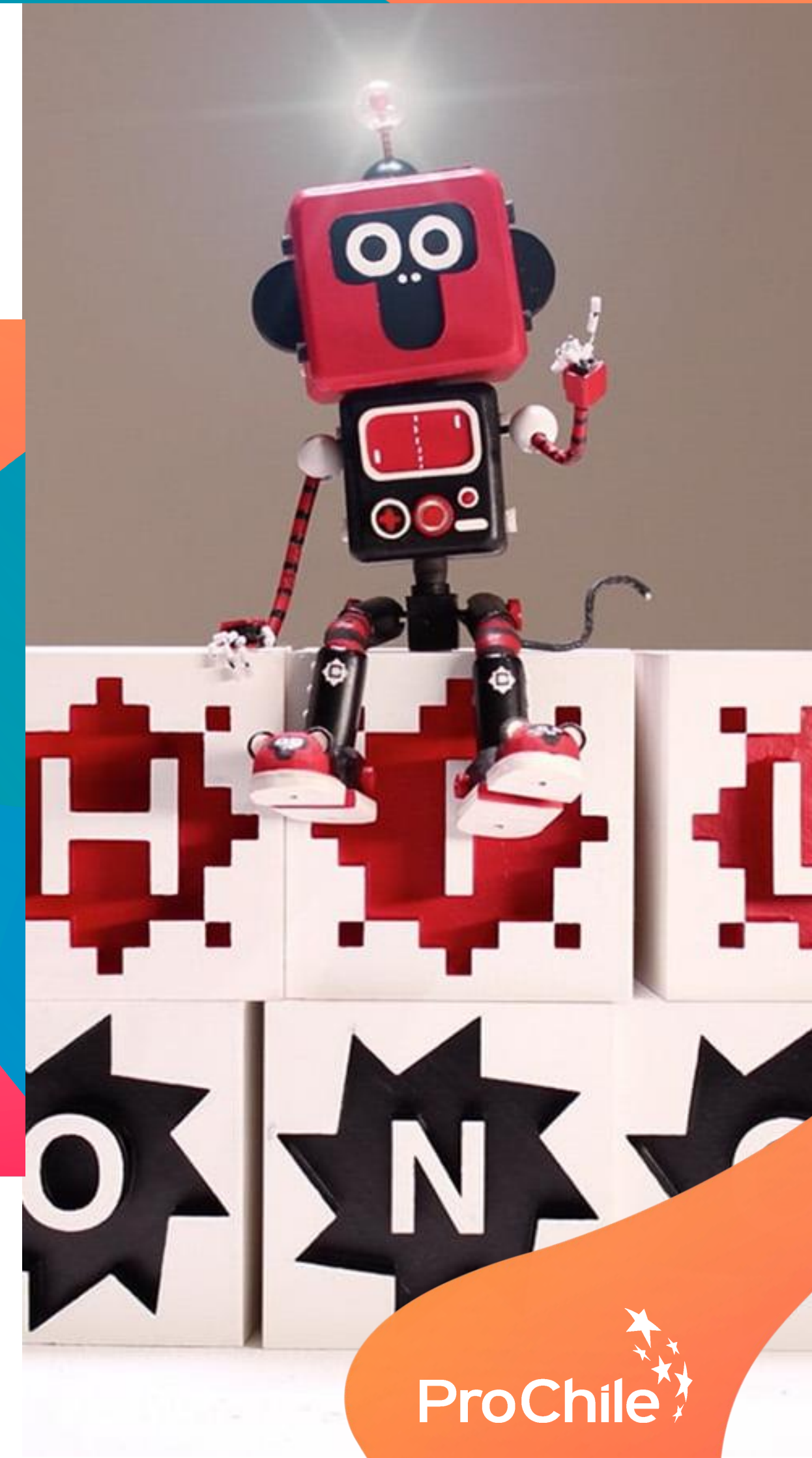
- ¿Qué es?
- ¿Qué lo hace único?
- ¿Cuál es su relato?
- Bajada de Marca
- Servicio al Cliente
- Acercar el producto al cliente

PREGUNTAS CLAVES: ¿QUÉ?

OBJETIVO GENERAL: ¿Qué busca lograr con la ejecución del proyecto?
Debe ser un objetivo preciso y claro. Tener presente que sea coherente con lo que se describirá en el proyecto.

SUBSECTOR ASOCIADO: Identificar el subsector asociado a su proyecto, puede ser más de uno pero se debe identificar uno como principal.

INNOVACIÓN: Identificar el tipo de innovación que presenta su proyecto (en modelo de negocios, proceso productivo, tipo de producto, packaging, otros)
Describir en forma precisa por qué es importante el tipo de innovación.



PREGUNTAS CLAVES: ¿PARA QUIÉN?

MERCADO OBJETIVO: Es el mercado (País) dónde están los potenciales clientes / consumidores de mi producto.

MERCADO DE EJECUCIÓN : Es el mercado (País) dónde se llevarán a cabo las actividades, puede coincidir o no con el mercado objetivo.
Señalar además, Ciudad de ejecución, fecha de inicio, fecha de término.

EJEMPLOS:

- a) Misión Comercial , con el propósito de visitar clientes en Madrid y Barcelona.
Mercado Objetivo: España Mercado de Ejecución: España.
- b) Participación en Feria comercial, la cual se realizará en Berlín para contactar potenciales compradores de los mercados de Francia y España.
Mercados Objetivo: Francia y España. Mercado de Ejecución: Alemania.



PREGUNTAS CLAVES: ¿CÓMO?

DESCRIBIR LA OPORTUNIDAD EN EL MERCADO OBJETIVO ELEGIDO

Es importante al elegir el mercado objetivo hacer un breve estudio de mercado, para ver las oportunidades que tiene su producto en dicho mercado.

Es importante tener claridad en estos aspectos:

- Código arancelario del producto
- Estadísticas Internacionales de Importación
- Estadísticas Chilenas de Exportación
- Precios de Mercado
- Tratados de Libre Comercio y aranceles
- Tendencias y exigencias del mercado
- Listas de importadores
- Barreras sanitarias
- Barreras arancelarias
- Certificaciones requeridas por el mercado



PREGUNTAS CLAVES: ¿DÓNDE?

DESCRIBIR LA OPORTUNIDAD EN EL MERCADO OBJETIVO ELEGIDO

Buscar información en sitios web:

www.sag.gob.cl

www.aduana.cl

<https://www.prochile.gob.cl/>

<https://cdc.prochile.cl/>

www.Aladi.org para países de Latinoamérica (gratuito)

www.tarifar.com de Mercosur (pagado - gratuito)

www.trademap.org de todo el Mundo (gratuito)

www.macmap.org de todo el Mundo (gratuito)

Importante: Siempre verificar fuente de información confiable, sobre todo en consultas de IA.

PREGUNTAS CLAVES: ¿DÓNDE?

DESCRIBIR LA OPORTUNIDAD EN EL MERCADO OBJETIVO ELEGIDO

- Detallar la demanda destacando las oportunidades comerciales y su competencia.
- Mencionar la experiencia exportadora de la empresa, mercados que abarca y montos de exportación lo que permitirá comprobar la diversificación de mercados.



PREGUNTAS CLAVES: ¿DÓNDE?

PERFIL DE POTENCIALES CLIENTES

- Identificar características de los potenciales clientes, en cuanto a aspectos diferenciadores de éstos.
- Ver las preferencias de consumo de los potenciales clientes en el mercado objetivo elegido.



PREGUNTAS CLAVES: ¿DÓNDE?

VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO EN EL MERCADO OBJETIVO SEÑALADO

- Definir claramente las fortalezas y oportunidades que presenta el producto-empresa en el mercado elegido, de forma de saber por qué se elige ese mercado y no otro.
- Priorizar la focalización de mercado con una estrategia clara y coherente.



PREGUNTAS CLAVES: ¿CÓMO?

ACCIONES A REALIZAR PARA CUMPLIR LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

NOMBRE DE FANTASIA

- Debe ser identificadorio de la actividad (evitar incluir nombre de ferias o eventos).

DESCRIPCIÓN

- Describir en forma clara y precisa las acciones a realizar, coherente al tipo de actividad elegido: Qué desea hacer, cantidad de participantes, cómo se realizará, etc.

MERCADO OBJETIVO

- Debe seleccionar uno o más de los mercados objetivos señalados en el proyecto. Importante todos los mercados objetivos deben quedar asociados a 1 o más actividades.

PREGUNTAS CLAVES: ¿CÓMO?

MERCADO DE EJECUCIÓN

- Debe seleccionar el/los mercado/s en el cual se desarrollará la actividad descrita, ingresando ciudad de ejecución.

FECHAS DE EJECUCIÓN

- Definir en qué fechas realizará su actividad considerando un rango anterior y posterior para la gestionar los gastos y respaldos necesarios para cada uno.

ITEM DE GASTO

- De acuerdo al tipo de actividad seleccionada, deberá ingresar el presupuesto solicitado, seleccionando ítem de gasto e ingresando monto. En sitio web ProChile puede encontrar el/los ítem/s asociados a cada actividad: <https://www.prochile.gob.cl/herramientas/concursos>

PARTICIPANTES

- Deberá seleccionar el o los participantes de la actividad desde el Postulante y Beneficiarios ingresados al proyecto.

PREGUNTAS CLAVES: ¿CÓMO?

RESULTADOS ESPERADOS: Seleccionar opción de resultado, se desplegarán alternativas de acuerdo al tipo de actividad. Deberá incorporar la siguiente información:

- Producto para lograr el objetivo: seleccionar de las alternativas presentadas.
- Unidad de medida: Seleccionar.
- Valor esperado: Ingresar el monto.

A continuación se encontrará anexo con información de acuerdo al tipo de actividad.



ANEXO: TIPOS DE ACTIVIDAD Y RESULTADOS ESPERADOS

Tipo de Actividad	Producto para lograr el objetivo	Valor esperado para cumplir el objetivo	Medio de Verificación
Inteligencia de Mercados	Estudios	N° de estudios que se espera realizar	En el informe final deberá indicar N° de estudios realizados y entregar una copia de ellos para aprobación del Supervisor.
Visita a Ferias Internacionales	Elaboración de Informe sobre oportunidades para su producto o sector y pertinencia de la Feria seleccionada.	N° de informes que se compromete a entregar	El informe final deberá indicar el N° de informes realizados, cuyo contenido mínimo debe ser: evaluación de la feria, análisis de la competencia, oportunidades para el producto, etc.
	Contactos que se realizarán con clientes y/o potenciales clientes	N° de contactos con clientes y/o potenciales clientes que estima realizar	En el informe final deberá indicar el N° y nómina de contactos realizados con clientes y/o potenciales clientes. (nombre de la empresa, país, identificar si es importador y/o distribuidor, página web, producto/servicio de interés)
Asistencia a Foros, Seminarios, Talleres y Eventos de Difusión	Asistencia a Seminarios o Congresos	N° estimados de contactos a los cuales se difundirá la información del seminario y/o congreso	En el informe final deberá indicar el N° y la nómina de contactos a quienes se difundió la información del seminario y/o congreso.
Realización de Foros, Seminarios, Talleres y Eventos de Difusión	Realización de seminarios y/o talleres	N° de personas que se espera que asistan al seminario y/o taller	En el informe final deberá indicar el N° de personas que asistieron al seminario y/o taller y entregar nomina de los asistentes.
Participación como Expositor en Feria Internacional	Importadores y/o distribuidores que se contactará	N° de importadores y/o distribuidores que se estima contactar	En el informe final deberá indicar el N° y nómina de los importadores y/o distribuidores contactados. (nombre de la empresa, país, identificar si es importador y/o distribuidor, página web, producto/servicio de interés)
	Acuerdos comerciales a concretar	N° de acuerdos comerciales que se estima concretar	En el informe final deberá indicar el N° de los acuerdos comerciales que se logro concretar. (nombre de la empresa, país, identificar si es importador y/o distribuidor, producto/servicio comercializado, volumen comercializado).
Misiones Comerciales	Importadores y/o distribuidores que se contactará	N° de importadores y/o distribuidores que se estima contactar	En el informe final deberá indicar el N° y nómina de los importadores y/o distribuidores contactados.
	Acuerdos comerciales a concretar	N° de acuerdos comerciales que se estima concretar	En el informe final deberá indicar el N° de los acuerdos comerciales que se logro concretar. (nombre de la empresa, país, identificar si es importador y/o distribuidor, producto/servicio comercializado, volumen comercializado).

ANEXO: TIPOS DE ACTIVIDAD Y RESULTADOS ESPERADOS

Tipo de Actividad	Producto para lograr el objetivo	Valor esperado para cumplir el objetivo	Medio de Verificación
Traída de Compradores y/o Potenciales Compradores	Clientes y/o potenciales clientes que se invitará	Nº de clientes y/o potenciales clientes que se invitará	En el informe final deberá indicar el Nº y nómina de los clientes y/o potenciales clientes que concretaron visita a Chile.
Traída de Promotores Internacionales (Periodistas, Líderes de Opinión, etc.)	Promotores Internacionales que se invitará	Nº de promotores internacionales que se estima invitar	En el informe final deberá indicar el Nº y nómina de promotores internacionales que concretaron visita a Chile.
Desarrollo de Estrategias de Branding, Campañas Publicitarias y Promocionales	Diseño, Desarrollo, adaptación o Lanzamiento de una marca	Nº de marcas de desarrolladas / adaptadas/lanzadas.	En el informe final deberá indicar el Nº de marcas desarrolladas/ adaptadas/lanzadas y copia del Manual de uso de la Marca y Plan de Marketing y Comunicación.
	Publicidad y/o Publicaciones (revistas, diarios, medios online, otros)	Nº de contactos que se espera reciban esta información	En el informe final deberá indicar el Nº de contactos que recibieron esta información y entregar copia de las publicaciones.
	Promoción en puntos de venta	Nº de promociones que se espera realizar en puntos de venta	En el informe final deberá indicar la nomina de las cadenas en donde se desarrollaron las promociones y el Nº de promociones realizadas.
Realización de Promociones, Eventos, Degustaciones, Pitching y/o Exhibiciones de Productos o Servicios	Realización de Eventos Degustaciones y/o exhibiciones de productos o servicios	Nº de personas que se espera que asistan al evento.	En el informe final deberá indicar el Nº y nomina de personas que asistieron al evento.
Promoción en Plataformas e-commerce	Estudios de asesorías en e-commerce	Nº de estudios que se espera realizar	En el informe final deberá indicar Nº de estudios realizados y entregar una copia de ellos para aprobación del Supervisor.
	Asesoría Comercial en e-commerce	Nº de asesorías comerciales que se espera realizar	En el informe final deberá indicar el Nº de asesorías realizadas y una copia de ellas para aprobación del Supervisor.
	Plan de Marketing y Promoción comercial en e-commerce	Nº de planes de promoción en e-commerce desarrollados	En el informe final deberá indicar el Nº de planes desarrollados en dichas plataformas.

DESCRIPCIÓN DEL POSTULANTE: Breve descripción del postulante experiencia, resultados obtenidos en el uso de herramientas de ProChile u otros entes públicos (Incluir trayectoria y tamaño relativo en la industria).

CAPACIDAD PRODUCTIVA: Incluir volúmenes, variedad de la oferta y tecnología utilizada.

El proceso que realiza el postulante al momento de exportar o comercializar su producto (Produce y exporta / Produce, compra a terceros y exporta/ Compra a terceros y exporta).

OTROS ASPECTOS: Medios de difusión, Participación con ProChile. Certificaciones.



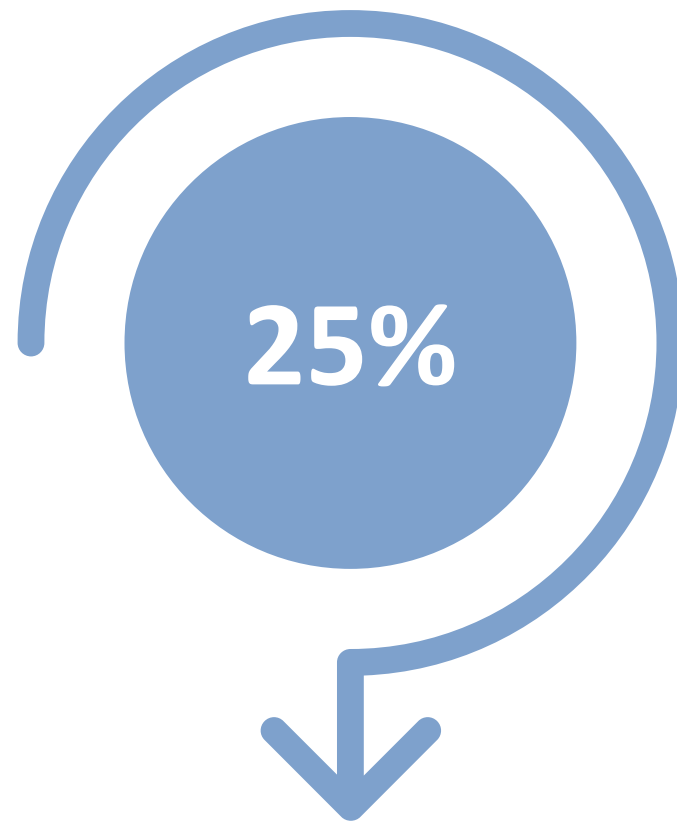


DIRECCIONES REGIONALES

- Capacidad productiva y de gestión del postulante
- Grado de representatividad

- Se evaluará la habilidad del postulante para ejecutar, gestionar y cumplir con los objetivos y las actividades propuestas.
- Capacidad de producción del postulante.
- Nivel de representación del sector en la región o a nivel nacional del postulante o beneficiarios.

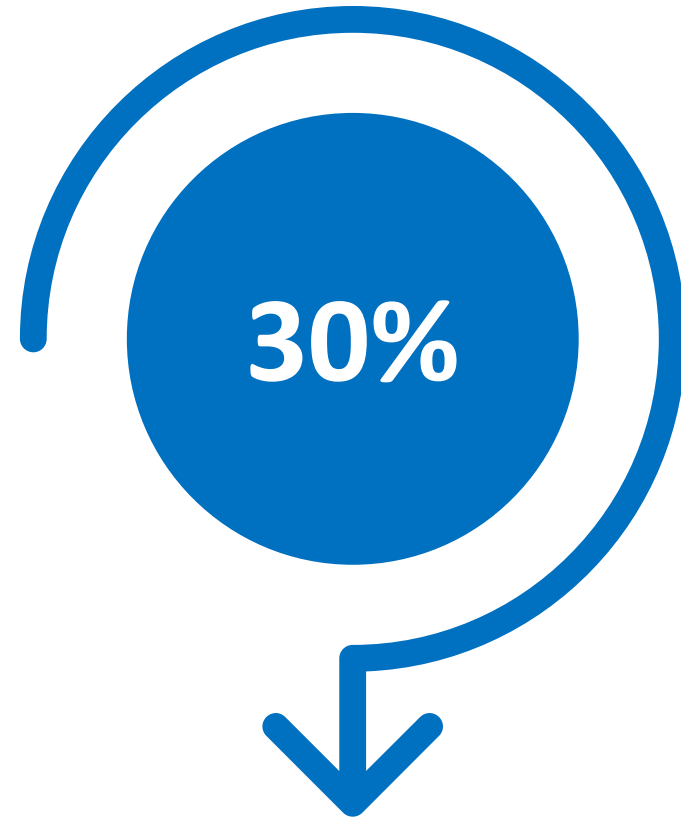
ASPECTOS IMPORTANTES A EVALUAR



- Evalúa las características de la oferta para concretar negocios en mercados internacionales (tipo de producto, calidad, volumen a exportar, certificaciones voluntarias como Comercio Justo, Producción Orgánica, etc.).
- En qué medida, la ejecución del proyecto permitirá a la asociación desarrollar negocios en mercados internacionales.
- Coherencia en el financiamiento de cada actividad.
- Coherencia entre las actividades propuestas y los resultados esperados en cada una de ellas.
- En qué medida, la ejecución del proyecto genera un beneficio para el sector que representa.

- Potencial de la Oferta Exportable del sector.
- Pertinencia y Descripción de las Actividades.
- Resultados Esperados por Proyecto y por Actividad.
- Estructura presupuestaria.
- Grado de bien público.

ASPECTOS IMPORTANTES A EVALUAR



OFICINAS COMERCIALES

- Oportunidad de Mercado.
- Estructura Presupuestaria.
- Estrategia, pertinencia y descripción de las actividades propuestas.
- Posicionamiento imagen país.

- Evaluará las oportunidades del producto en el mercado objetivo identificado.
- Las actividades y objetivos propuestos deben ser adecuados para el mercado objetivo señalado.
- Características de su producto que lo distinguen de su competencia.
- Coherencia en el financiamiento de cada actividad. Ajustándose a valores de mercado.
- Claridad de la información y pertinencia de las actividades propuestas en el proyecto.
- En qué medida el proyecto contribuye al posicionamiento de una positiva imagen de Chile en el mercado objetivo.

ASPECTOS IMPORTANTES A EVALUAR



CONSOLIDACION

- Comportamiento del Postulante, Ejecución Presupuestaria (últimos 3 concursos).

- Comportamiento del postulante (se revisará la ejecución en años anteriores).

INGRESA TU PROYECTO

- INGRESAR A PAGINA www.prochile.gob.cl

Mostrar página con contenidos, mostrar dónde encontrarán las actividades, Bases y convocatorias, Proyecto en Word, etc.



PREPARA TU PROYECTO

CONSEJOS PARA TENER PRESENTE:

A.- ANTES DE INGRESAR TU PROYECTO:

- Revisa página de ProChile y los Contenidos de Concursos.
- Utiliza el formato en WORD para preparar tu proyecto.
- Revisa los contenidos de este taller y sigue nuestras recomendaciones.
- Tener en formato digital el Rut o e-Rut del "POSTULANTE", es el único documento que se adjunta en esta etapa. (no es el RUT de la persona que postula, es el RUT de la empresa postulante).

INGRESAR TU PROYECTO

- INGRESAR A PAGINA www.prochile.gob.cl

The screenshot shows the ProChile website homepage. At the top, there's a navigation bar with the ProChile logo, a search bar, and links for 'Herramientas', 'Español', and a user profile. Below the navigation bar, there's a large banner for the 'ProChile CONCURSO' (ProChile Competition). The banner features a large image of walnuts on the left and a blue background with white text on the right. The text on the right reads 'Concurso Silvoagropecuario: Estrategia Empresarial y Sectorial'. Below the banner, there are three columns of information: 'Postulaciones' (Applications) from July 23 to August 18, 2026; 'Resultados' (Results) on Thursday, December 3, 2026; and 'Monto a concursar' (Amount to compete for) of approximately \$2,000 million. Below the banner, there's a section with four cards: 'IASISTENTE PROCHILE' (ProChile Assistant), 'MAPA DE POTENCIAL EXPORTADOR' (Export Potential Map), 'EL CENTRO DIGITAL DEL CONOCIMIENTO' (The Digital Center of Knowledge), and 'CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN EXPORTADORA' (Export Training and Formation). Each card has a brief description and a 'VER MÁS' (See More) button. At the bottom left, there's a section with the text '¿Sabías que las empresas usuarias de ProChile alcanzan en promedio 7 mercados mientras quienes no lo son, solo a 2?' (Did you know that ProChile users reach an average of 7 markets while those who are not, only 2?). Below this text, there's a button that says 'QUIERO REGISTRARME' (I want to register).

prochile.gob.cl/home

Herramientas

Español

ProChile

Buscar en ProChile...

¿Quiénes Somos? Planificación 2026 Pre admisibilidad Certificación de Origen Innovación y Competitividad Sectores Exportadores Noticias Actividades Oficinas ProChile

PROCHILE CONCURSO
Tu proyecto es estrategia para hacer negocios

Concurso Silvoagropecuario: Estrategia Empresarial y Sectorial

Postulaciones
23 de julio al 18 de agosto de 2026

Resultados
Jueves 03 de diciembre de 2026

Monto a concursar
\$2.000 millones aproximado

MÁS INFORMACIÓN

¿Sabías que las empresas usuarias de **ProChile** alcanzan en promedio **7** mercados mientras quienes no lo son, solo a 2?
Y que en promedio exportan 5 productos/servicios mientras quienes no lo son, solo 4?

Regístrate como usuario y haz más negocios con el mundo.

QUIERO REGISTRARME

IASISTENTE PROCHILE
El IAsistente ProChile es una herramienta de inteligencia artificial que te entrega información clara y rápida sobre el proceso exportador y los servicios disponibles para apoyar a tu empresa.

VER MÁS

MAPA DE POTENCIAL EXPORTADOR
El Mapa de Potencial Exportador es una herramienta desarrollada por el International Trade Centre (ITC) que, en alianza con ProChile, se pone a disposición de las empresas y usuarios nacionales.

VER MÁS

EL CENTRO DIGITAL DEL CONOCIMIENTO
Accede a una vasta colección de documentos y recursos diseñados para ayudarte en tu proceso de internacionalización. ¡Conéctate con el conocimiento hoy mismo!

CONOCER MÁS

CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN EXPORTADORA
Aprende, desarrolla y potencia tus competencias en **gestión comercial internacional a través de nuestras capacitaciones**. Explora nuestra oferta de programas.

FÓRMATE

ProChile

INGRESA TU PROYECTO

portalusuario.prochile.cl



ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

 HERRAMIENTAS ▾ RENDICIONES AYUDA ▾ **INGRESA A TU CUENTA**

¡Bienvenido al Portal del Usuario ProChile!

Te invitamos a ingresar a tu cuenta ProChile para personalizar tu información y encontrar todos los trámites que requieres para acceder a los beneficios de ser un(a) usuario(a) de nuestra institución.

INGRESA AL PORTAL



TIPS PARA TENER PRESENTE:

B.- AL INGRESAR A LA PLATAFORMA PARA POSTULAR

- Utilizar como navegador Chrome o Edge (tanto en dispositivos Windows como MAC)
- Postular con tiempo para ir consultando dudas oportunamente.
- Revisar todo el material adicional para su postulación con anterioridad (manuales y otros documentos asociados)
- Esperar el tiempo de carga de la herramienta en las diferentes etapas, no salirse de la postulación mientras carga y tampoco pulsar varias veces los botones para prevenir errores.



Equipo Concursos Subdepartamento de Herramientas y Programas

Consultas a concursos@prochile.gob.cl