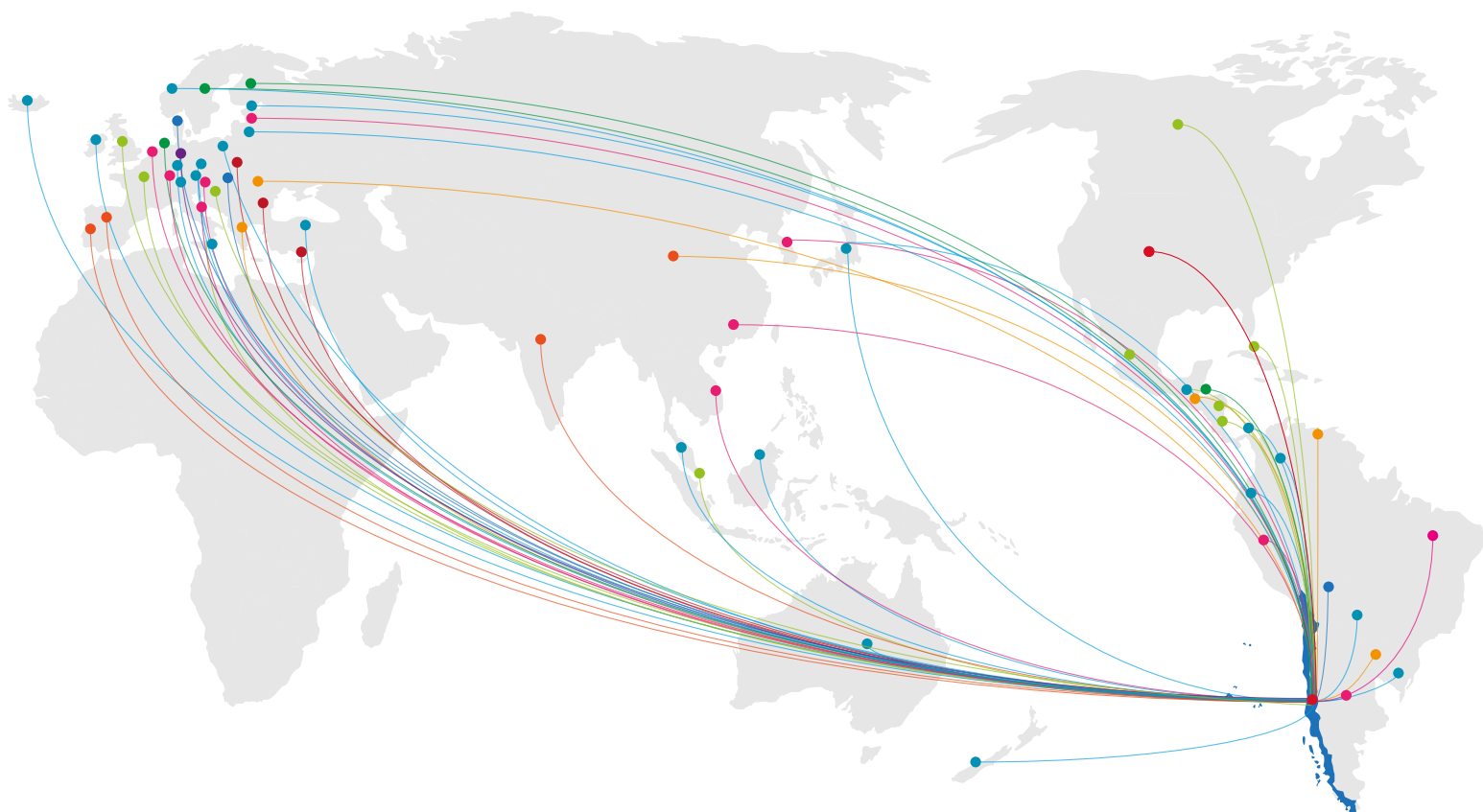


Dirección General
de Relaciones
Económicas Internacionales

CUENTA PÚBLICA 2014



ÍNDICE

1 PRESENTACIÓN.....	03
2 QUIÉNES SOMOS.....	05
3 NEGOCIACIÓN Y PROFUNDIZACIÓN DE ACUERDOS BILATERALES.....	06
4 PARTICIPACIÓN DE CHILE EN FOROS ECONÓMICOS MULTILATERALES.....	17
5 PROCHILE.....	25
6 PROCHILE EN REGIONES.....	56
• DIRECCIÓN REGIONAL ARICA Y PARINACOTA.....	56
• DIRECCIÓN REGIONAL DE TARAPACÁ.....	58
• DIRECCIÓN REGIONAL DE ANTOFAGASTA.....	59
• DIRECCIÓN REGIONAL DE ATACAMA.....	59
• DIRECCIÓN REGIONAL DE COQUIMBO.....	61
• DIRECCIÓN REGIONAL DE VALPARAÍSO.....	62
• DIRECCIÓN REGIONAL O'HIGGINS.....	64
• DIRECCIÓN REGIONAL DEL MAULE.....	65
• DIRECCIÓN REGIONAL DEL BIOBÍO.....	66
• DIRECCIÓN REGIONAL DE LA ARAUCANÍA.....	67
• DIRECCIÓN REGIONAL DE LOS RÍOS.....	68
• DIRECCIÓN REGIONAL DE LOS LAGOS.....	69
• DIRECCIÓN REGIONAL DE AYSÉN.....	70
• DIRECCIÓN REGIONAL DE MAGALLANES.....	71
• DIRECCIÓN REGIONAL METROPOLITANA.....	72
7 EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA.....	74
8 LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS.....	77
9 GESTIÓN CIUDADANA.....	78

1 PRESENTACIÓN

El gobierno de la Presidenta Bachelet se ha propuesto impulsar una política exterior con una mirada más realista de nuestro quehacer en la región, considerando las distintas concepciones económicas y de inserción internacional existentes en América Latina. La estrategia de “convergencia en la diversidad” apunta precisamente a hacer efectiva la prioridad regional. Sin embargo, esta prioridad no desestima los esfuerzos realizados en la conquista de los mercados en Europa, América del Norte, el Asia-Pacífico y África. Es un activo que se valora y en el que se persevera.

Los esfuerzos de internacionalización de la economía chilena se verán beneficiados con los cambios estructurales impulsados por el actual gobierno. La envergadura de la reforma educacional, con equidad y calidad para todos los jóvenes elevará el potencial económico de nuestro país, gracias al mejoramiento de la productividad. Al mismo tiempo, los cambios tributarios permitirán captar mayores recursos para el Fisco, los que se dirigirán a la educación, pero también favorecerán el apoyo de las Pymes y el avance científico y tecnológico. Estas prioridades apuntan a modificar la matriz exportadora, reorientándola desde un alto contenido en recursos naturales, en favor de bienes y servicios con mayor valor agregado nacional. Así las cosas, el gobierno apunta a maximizar los beneficios de los acuerdos comerciales y también mejorar la competitividad de las actividades exportadoras. Ello hará posible una globalización más inclusiva de la economía chilena, la que podrá extenderse a nuevas empresas y a una mayor diversidad de sectores productivos y de servicios.

La Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, DIRECON, es un Servicio dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, cuya misión es ejecutar y coordinar la política de Gobierno en materia de Relaciones Económicas Internacionales, para promover una adecuada inserción de Chile en el mundo, mediante la negociación y administración de acuerdos económicos internacionales, la promoción inclusiva de la oferta exportable nacional, en bienes y servicios, la colaboración en el extranjero a las entidades que promocionan la inversión extranjera en Chile y el apoyo a la inversión chilena en el exterior.

Para el logro de su misión, DIRECON ha definido los siguientes objetivos estratégicos:

- Contribuir a la inserción económica de Chile en el mundo, promoviendo y creando las condiciones para nuevas oportunidades de negocios, a través de la negociación de acuerdos económico-comerciales, la administración y modernización de los existentes y la vigilancia del cumplimiento de los compromisos asumidos en los señalados acuerdos, tanto a nivel bilateral, plurilateral y multilateral.



▸ Fortalecer la participación de nuestro país en los proyectos de integración en América Latina, incluyendo cooperación sur-sur, en las áreas comerciales y en otros ámbitos económicos, para mejorar el posicionamiento competitivo de nuestra economía y la región, en las cadenas globales de valor y favorecer nuestra capacidad negociadora.

▸ Fortalecer nuestra presencia multilateral, especialmente, en la OMC, APEC, OMPI y OCDE, así como en las instancias de integración latinoamericanas, para maximizar nuestra presencia negociadora y al mismo tiempo propender a que las reglas económico-comerciales y financieras del mundo global sean más equitativas en favor de los países en desarrollo.

▸ Fortalecer el desarrollo exportador nacional, a través de estrategias de promoción de exportaciones para los sectores y subsectores relevantes para el país y las instituciones gubernamentales relacionadas, con énfasis en las regiones, las pymes, el comercio de servicios, y la industria manufacturera; utilizando para ello los instrumentos que PROCHILE dispone, con el objeto de contribuir al aumento de la base nacional de empresas exportadoras.

▸ Fortalecer la relación público privado, especialmente con los gremios pymes, con el fin de asegurar que las acciones de promoción de exportaciones les permitan sumarse al proceso exportador, en el marco de un desarrollo económico inclusivo.

▸ Apoyar la atracción de inversión extranjera, el turismo y la inversión chilena en el exterior, a través del fortalecimiento de la red de oficinas comerciales de Chile en el mundo. Ello, de manera complementaria a las acciones de promoción de bienes y servicios, con el fin de contribuir a la generación de oportunidades de negocios y a la diversificación de mercados de manera sostenible en el tiempo.

▸ Asegurar que en las negociaciones sea considerada la posición de los diversos grupos ciudadanos, tales como organizaciones sindicales, académicas, de consumidores, de ONGs y asociaciones gremiales, especialmente los gremios pymes, a través del fortalecimiento de la relación público-privado y la realización de reuniones periódicas de trabajo en donde se aborden los temas económico-comerciales de competencia de DIRECON.

Los invito a ser parte de este gran trabajo en beneficio de nuestros ciudadanos y futuras generaciones.

Andrés Rebolledo Smitmans
Director General de Relaciones
Económicas Internacionales.

2. QUIÉNES SOMOS

La Direcon fue creada el 10 de enero de 1979 mediante el Decreto Ley N°53, y desde su creación su misión fue la de ejecutar la política que formule el Presidente de la República en materia de relaciones económicas con el exterior, además de aquellas que le encomienda el decreto que la creó, entre las que destacan:

- Colaborar al desarrollo de las exportaciones del país.
- Intervenir en los grupos de trabajo, negociaciones bilaterales y multilaterales y demás comisiones internacionales en que participe Chile.
- Organizar comisiones públicas y privadas al exterior, así como promover la visita de misiones comerciales extranjeras.
- Promover y negociar tratados y acuerdos internacionales de carácter económico, los que deberán tener la conformidad escrita del Ministro de Hacienda.
- Difundir en el exterior la política económica del gobierno.
- Participar en organismos internacionales y coordinar las políticas que deben seguirse en ellos.
- Formular a los sectores públicos y privados proposiciones para el óptimo aprovechamiento de los mercados internacionales.

3. NEGOCIACIÓN Y PROFUNDIZACIÓN DE ACUERDOS BILATERALES

3.1 EUROPA, ÁFRICA Y ORIENTE MEDIO

ACTIVIDADES REALIZADAS EN 2014

- Visita del Comisario Tonio Borg de la Unión Europea (UE), quien sostuvo reuniones con el Ministerio de Agricultura, SAG (Servicio Agrícola y Ganadero) y ACHIPIA (Agencia Chilena para la Inocuidad Alimentaria) - 12 de febrero de 2014.
- Visita de la ministra de Relaciones Exteriores de Ghana - 17 al 20 de febrero.
- Reunión de revisión de los compromisos con la UE, realizada en Bruselas (*Mid Term Review*) - 7 de mayo de 2014.
- Reunión Comisión Mixta Chile-Rusia en Moscú, y Seminario Empresarial sobre oportunidades de comercio e inversión (misión público privada) - 25 al 27 de junio de 2014.
- Visita del Presidente y ministro de Relaciones Exteriores de Armenia - 11 de julio de 2014.
- Gira a África del director de Asuntos Económicos Bilaterales: Sudáfrica y Namibia (reunión con la Unión Aduanera de África Austral) - 28 de julio al 1 de agosto de 2014.
- Gira presidencial por África (participación del director de Asuntos Económicos Bilaterales): Sudáfrica, Angola y Mozambique - 7 al 12 de agosto de 2014.
- Visita del vicedecano de Bielorrusia - 29 de septiembre de 2014.
- XII Reunión de Coordinadores de Comercio y reuniones de Comité Técnico con la UE en Santiago - 3 al 6 de noviembre de 2014.
- I Comisión Conjunta con Sudáfrica en Santiago - 10 de noviembre de 2014¹.
- IV Reunión Comité Gestión Conjunta Chile-EFTA² en Santiago - 11 y 12 de noviembre de 2014.
- Seminario 10 años TLC³ Chile-EFTA en Santiago - 13 de noviembre 2014.
- II Diálogo Económico Bilateral Chile-Suiza en Santiago - 14 de noviembre de 2014.
- Seminario sobre Comisión Económica Euroasiática realizado en Santiago - 26 de noviembre de 2014.

BALANCE 2014

El año 2014 estuvo centrado en la realización de reuniones de implementación de los acuerdos vigentes, lo cual permitió definir un plan de trabajo futuro con la UE y con EFTA en torno a un posible proceso de modernización de los acuerdos durante 2015, quedando pendiente Turquía, acuerdo que requiere de igual forma una revisión mayor.

¹ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA ha opinado que se dio a conocer el interés de hacer negocios con países de África, en particular con Sudáfrica. También agrega que si Chile no mejora su volumen de importaciones de manera que se equilibre la balanza comercial ¿cuál es la forma de enfrentar éste escenario?.

² Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)

³ Tratado de Libre Comercio

La reunión de la Comisión Intergubernamental Ruso-Chilena permitió el restablecimiento del vínculo bilateral y el entendimiento de que cualquier tipo de acuerdo comercial implica la vinculación de nuestro país con la Comunidad Económica Euroasiática y la generación de una masa crítica en cuanto a posibilidades comerciales. Producto de lo anterior la visita de la ministra de Desarrollo Macroeconómico de la Comunidad, junto con la visita del vicedecano de Bielorrusia y de Kazajistán demuestran el movimiento y el interés existente, por lo cual se hace altamente recomendable una gira público privada a Kazajistán y Bielorrusia.

Cabe destacar el impulso dado por S.E. la Presidenta de la República al continente africano, que derivó en una visita presidencial. Esta tuvo resultados altamente positivos en el ámbito comercial, permitiendo la conformación de la I reunión de la Comisión Conjunta de Comercio e Inversiones con Sudáfrica y estableciendo un plan de trabajo para el año 2015, el cual incluye, entre otros aspectos, un estudio conjunto con miras a fortalecer las relaciones comerciales entre ambos países.

PERSPECTIVAS 2015

La mayoría de las actividades planificadas para 2015 se harán en función a los acuerdos y compromisos obtenidos en 2014⁴, buscando de esta manera potenciar las relaciones comerciales tanto con los países con los que Chile ya tiene acuerdos comerciales, como también abrir y generar espacios en tres importantes zonas geográficas: Europa del Este, África y Medio Oriente. Las actividades para 2015 son:

- VI Reunión Consejo de Asociación Chile-UE.
- Reunión preparatoria de la XIII reunión de Coordinadores Comerciales Chile-UE, Santiago de Chile.
- XIII Comité de Asociación y Comités Técnicos Chile-UE, Bruselas.
- VIII Comisión Intergubernamental Chile-Rusia en Chile (segundo semestre de 2015).
- II Comité Económico Conjunto y IV Comité Conjunto TLC Chile-Turquía.
- Gira Medio Oriente (Kuwait, Emiratos Árabes Unidos, Jordania, Egipto).
- Gira África (Sudáfrica, Angola, Namibia, Mozambique).
- Gira Comisión Euroasiática (Bielorrusia, Kazajistán y Armenia).
- II reunión del Comité de Gestión Conjunta de Comercio e Inversiones Chile-Sudáfrica.

⁴ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad de Fomento Fabril - SOFOFA, señala "Considerar situaciones como la originada en la Unión Europea en el ámbito de cláusula evolutiva que luego de 3 años se revisarían determinados productos como por ejemplo el aceite de oliva. Así como la participación de ventas de otros mercados en África".

3.2 AMÉRICA DEL NORTE

CANADÁ

ACTIVIDADES REALIZADAS EN 2014

- Entró en vigencia el primer paquete de modificaciones del TLC Chile-Canadá (incorporación de un capítulo de Servicios Financieros), debiendo por tanto también modificarse los capítulos de Inversiones y Comercio Transfronterizo de Servicios.
- Se concluyó la negociación del segundo paquete de modificaciones al TLC Chile-Canadá (capítulo de reglas de origen y sus anexos). Adicionalmente, se realizó la traducción de los textos al francés y al español, y la revisión legal. El acuerdo se deberá suscribir durante 2015, mediante intercambio de notas diplomáticas.
- En noviembre de 2014 concluyeron las negociaciones de un Capítulo de Obstáculos Técnicos al Comercio⁵. Dicho acuerdo incorpora normativas en materia de Transparencia, Cooperación Regulatoria, Buenas Prácticas Regulatorias y Evaluación de la Conformidad. Establece además un Comité OTC, e incorpora dos anexos, uno relativo al *Ice Wine* y otro en Productos Orgánicos. Chile sugirió se suscribiera en 2015, una vez finalizada la revisión legal, con ocasión de la próxima Comisión de Libre Comercio.
- En septiembre de 2014, Chile y Canadá acordaron iniciar la negociación de un capítulo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias⁶, la que se llevó a cabo y finalizó en enero de 2015, quedando por realizarse su traducción, revisión legal y suscripción.
- Inicio de la negociación de mejoras de acceso en Compras Públicas, tendiente a facilitar las licitaciones.

BALANCE 2014

Atendida la antigüedad del TLC Chile y Canadá, durante 2014 los equipos negociadores trabajaron en la modernización y actualización del Acuerdo en diversas materias, incluyendo la entrada en vigencia de un nuevo capítulo de Servicios Financieros (1er paquete de modificaciones al TLC); revisión legal de un segundo paquete de modificaciones relativo a reglas de origen, y la negociación de nuevos capítulos en OTC y MSF, y nuevas normas en materia de compras públicas.

PERSPECTIVAS 2015

- Realización de Comisión de Libre Comercio del TLC Chile-Canadá o bien de una reunión de alto nivel para suscribir las actualizaciones del TLC (nuevos capítulo en MSF, OTC y modificaciones a la normativa de compras públicas).
- Término de la negociación de un Capítulo de MSF que se concretó en enero 2015, por lo que procede a la revisión legal y suscripción.
- Término de la negociación de mejoras de acceso en Compras Públicas, debiendo proceder con su revisión legal y suscripción.
- Reedición del Texto del Acuerdo, que incluirá sus modificaciones.
- Seguimiento al desarrollo y avance de los temas de interés mutuo en Barreras Sanitarias y Fitosanitarias, OTC y acceso a mercados.

⁵ Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC)

⁶ Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF)

ESTADOS UNIDOS

ACTIVIDADES REALIZADAS EL 2014

- Realización de la Comisión de Libre Comercio (junio de 2014), ocasión en que sesionaron también los Comités de MSF, OTC y del Grupo de pymes.
- Se suscribieron las Directrices Comunes, Código de Conducta y Remuneraciones de Árbitros del TLC.
- Se coordinó la elaboración e intercambio de un primer borrador de la lista de Árbitros del TLC.
- Seminario de Conmemoración de los 10 años del TLC Chile-Estados Unidos.
- Estudio de Evaluación de 10 años del TLC.
- Seguimiento a los avances en la tramitación parlamentaria del Acuerdo de Doble Tributación entre Chile y Estados Unidos.
- Preparación de Estudio de Evaluación del TLC Chile-Estados Unidos, enmarcado en la plena desgravación que entró en vigencia el 1 de enero de 2015.
- Ingreso formal de Chile a la iniciativa "Equal Futures Partnership", para el empoderamiento económico y político de la mujer.

BALANCE 2014

Se realizó la Comisión de Libre Comercio del TLC, ocasión en que se suscribieron las Directrices Comunes, Código de Conducta y Remuneraciones de Árbitros del TLC; junto con efectuar el intercambio de un borrador de lista de árbitros. Además, se celebraron los 10 años del acuerdo con la realización de un seminario y un estudio de evaluación de dicho acuerdo; se avanzó en la tramitación en nuestro Congreso del Acuerdo de Doble Tributación (aprobado por la Cámara y la Comisión de RREE del Senado); se está finalizando la edición para publicar el TLC con todas las modificaciones, y se concretó el ingreso a iniciativa para empoderar política y económicamente a la mujer denominada "Equal Future Partnership".

PERSPECTIVAS 2015

- Estudio de Evaluación del TLC Chile-Estados Unidos, en atención a que a partir del 1 de enero de 2015, el 100% del universo arancelario alcanzó el 0% de arancel.
- Publicación del texto del TLC, con todas las modificaciones a la fecha.
- Evento de difusión, presentación de la publicación del texto del TLC y del Estudio de Evaluación a realizarse entre marzo y abril, junto con Amcham⁷ y ProChile.
- Realización de la Comisión de Libre Comercio en Washington (junio de 2015).
- Seguimiento a la aprobación de los Acuerdos de Doble Tributación en el Congreso chileno y norteamericano.
- Desarrollo de programa de difusión para mejorar el aprovechamiento de las visas de ingreso temporal para personas de negocios, establecidas en el marco del TLC.
- Presentar propuesta de mejora de acceso a mercado en materia de flexibilización de Reglas de Origen.
- Seguimiento a los temas de interés de ambas partes en MSF (interés de Estados Unidos de exportar bovino de pie, carne de cerdo fresca y ovas de salmón; y de nuestro país de obtener el *system approach* para las exportaciones de varias frutas chilenas) y OTC (interés chileno de

⁷ Cámara Chilena Norteamericana de Comercio (Amcham).

obtener una modificación a la normativa vigente para nitratos en Estados Unidos y la permanente preocupación de dicho país con la nueva normativa de etiquetado de alimentos chilena).

- Intercambio de la lista de árbitros.
- Coordinación, seguimiento y participación en iniciativa de empoderamiento político y económico de la mujer "Equal Futures Partnership", en coordinación con Sernam.

MÉXICO

ACTIVIDADES REALIZADAS EL 2014

- Se organizó y participó en dos seminarios de celebración de los 15 años del TLC Chile-México, realizados uno en Santiago (agosto de 2014) y el otro en Ciudad de México (octubre de 2014).
- Se elaboró y publicó el informe: "Evaluación de las Relaciones Comerciales entre Chile y México a 15 años del Tratado de Libre Comercio".
- Se elaboró un documento sobre: Acuerdo Chile-México, Resultados y Desafíos.

BALANCE 2014

Se logró fortalecer la relación en el ámbito bilateral, más allá de la fuerte relación que se ha creado entre los dos países por su coincidente participación en instancias como la Alianza del Pacífico y el TPP⁸.

PERSPECTIVAS 2015

- Realizar Comisión de Libre Comercio Chile-México.
- Realizar reunión del Comité de Reglas de Origen para cerrar la Trasposición de las Reglas de Origen al 2007.
- Creación del Consejo Empresarial de pymes, Chile-México.
- Seguimiento a los temas de MSF y OTC que se encuentran en desarrollo en el marco de la relación bilateral (Grado de tolerancia a la graduación alcohólica del vino y Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de Productos Farmacéuticos).

3.3 CENTROAMÉRICA - REPÚBLICA DOMINICANA Y CARICOM

CENTROAMÉRICA

ACTIVIDADES 2014

- Realización de la VI Comisión de Libre Comercio con Centroamérica y sus respectivos Protocolos Bilaterales (10 al 12 de diciembre, 2014).
- Suscripción de las listas correspondientes a los anexos del capítulo de Compras Públicas con Nicaragua durante la última Comisión de Libre Comercio, dando así por finalizado los procedimientos pendientes desde la firma del Protocolo Bilateral con dicho país.

⁸ Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP).

- Preparación de un plan de cooperación amplio para Centroamérica, a desarrollar junto con AGCI⁹, que incluirá diversas materias como Compras Públicas, Defensa Comercial y Propiedad Intelectual.
- Preparación de antecedentes y participación en el I Consejo Binacional Chile-El Salvador, realizado en Santiago.
- Preparación y presentación de propuestas para modernizar el TLC Chile-Centroamérica, mediante la inclusión de capítulos de inversiones, medio ambiente y laboral.

BALANCE 2014

Se logró concretar la realización de la Comisión de Libre Comercio en la que Chile se presentó particularmente interesado en fortalecer su relación con Centroamérica, no solo mediante el incremento del comercio sino que también enfocado en materia de cooperación y de inversiones chilenas en dicha región. Hubo una buena acogida por parte de los países centroamericanos de las propuestas chilenas relativas a modernizar el TLC incorporando temas de inversiones, medio ambiente y laboral, lo que llevó a un exitoso resultado de la Comisión de Libre Comercio y a un importante acercamiento a la región.

PERSPECTIVAS 2015

- Realizar la VII Comisión de Libre Comercio con Centroamérica y sus respectivos Protocolos Bilaterales (septiembre de 2015).
- Coordinar y ejecutar el plan de cooperación 2015 con AGCI.
- Seguimiento a la iniciativa de Prospección de Inversiones 2015 en la región.
- Realizar seminario de promoción y aprovechamiento del TLC Chile-Centroamérica (en el marco de la visita presidencial de Honduras a Chile, programada para mayo de 2015).
- Seguimiento a los temas MSF y OTC en desarrollo.
- Impulsar la negociación de Inversiones, Medio Ambiente y aspectos laborales.
- Seguimiento al proceso de adhesión a la Alianza del Pacífico de Costa Rica.

REPÚBLICA DOMINICANA

ACTIVIDADES 2014

- Se realizó la reunión exploratoria para la negociación de un TLC (enero de 2015).
- Se retomó, en conjunto con AGCI, el desarrollo del Proyecto de Cooperación Internacional para el Fortalecimiento Institucional de la Dirección de Comercio Exterior (DICOEX) y Oficina Coordinadora de la Comisión Nacional de Negociaciones Comerciales (OC-CNNC) como apoyo a la Política Comercial de República Dominicana.

BALANCE 2014

Se logró un acercamiento positivo a República Dominicana con el fin de retomar la posible negociación de un Acuerdo Comercial con ese país.

⁹ Agencia de Cooperación Internacional (AGCI)

PERSPECTIVAS 2015

- Negociación de un Acuerdo de Complementación Económica Chile-República Dominicana (cuatro rondas de negociación), habiéndose realizado la primera reunión exploratoria en enero de 2015 en que se firmaron los términos de referencia para dicho acuerdo.
- Coordinación y ejecución en conjunto con AGCI para el Proyecto de Cooperación Internacional para el Fortalecimiento institucional de la Dirección de Comercio Exterior (DICOEX) y Oficina Coordinadora de la Comisión Nacional de Negociaciones Comerciales (OC-CNNC) como apoyo a la Política Comercial de República Dominicana.

COMUNIDAD DEL CARIBE - CARICOM

ACTIVIDADES 2014

- Seguimiento a las gestiones para el ingreso de carne chilena al CARICOM.
- Coordinación para la elaboración de estudio para un eventual proceso de negociación de Acuerdo de Alcance Parcial con Trinidad y Tobago, Bahamas y Surinam, así como de CARICOM en su conjunto.

BALANCE 2014

Teniendo en cuenta el interés manifestado por el sector privado, se ha vuelto a retomar el interés en negociar un acuerdo con Trinidad y Tobago, y otros países del CARICOM para lo cual se está desarrollando un estudio.

PERSPECTIVAS 2015

- Terminar el estudio de evaluación sobre la posibilidad de negociar un Acuerdo Comercial con Trinidad y Tobago, Bahamas, Surinam y/o CARICOM y definir con dichos resultados los pasos a seguir, particularmente la factibilidad de realizar una reunión exploratoria e iniciar una negociación.

3.4 ASIA Y OCEANÍA

ACTIVIDADES 2014

- Entró en vigencia TLC con Vietnam. En enero de 2014.
- Entró en vigencia el Acuerdo Suplementario Sobre Inversiones con China. En febrero de 2014.
- Se iniciaron negociaciones con Indonesia. En mayo de 2014.
- Se realizó la V Reunión de la Comisión de Libre Comercio y Comité de Bienes del TLC con China.
- Se realizó la III Reunión de la Comisión y Comité de Bienes del Acuerdo de Asociación Económica Estratégica con Japón. En septiembre de 2014.
- Se realizó la II Reunión de la Comisión y I Reunión del Comité de Bienes del TLC con Australia. En octubre de 2014.

- Se concluyó la negociación del proceso de ampliación del Acuerdo de Alcance Parcial con la India. En octubre de 2014.
- Se realizó la I Reunión de la Comisión, Comité de Bienes, Comité de MSF y Comité de Cooperación del TLC con Vietnam. En noviembre de 2014.
- Entró en vigencia el TLC con Hong Kong, China, y se iniciaron conversaciones para las negociaciones sobre Inversiones. En octubre de 2014.
- Se acordaron profundizaciones en términos de acceso a mercados con China (revisión de excepciones) y Japón (Productos "R", los cuales son sujetos a negociaciones futuras).
- Se realizaron seminarios sobre el TLC con Vietnam y TLC con Corea del Sur (este último por los 10 años de vigencia).

BALANCE 2014

En el marco del acercamiento comercial con Asia, es posible evidenciar dos niveles de integración comercial. El primero de ellos, es la continuidad negociadora reflejada en los procesos de negociación con India e Indonesia. Por otra parte, durante el 2014 se evidenció una etapa de aprovechamiento pos TLC en el caso de China y Japón en donde se asumieron compromisos de profundización en términos de acceso a mercados. Asimismo, en cuanto a la administración de acuerdos comerciales, destacan las reuniones de la Comisión de Libre Comercio de los TLC con China, Japón, Australia y Vietnam, lográndose en todas ellas importantes avances en los temas bilaterales en desarrollo.

PERSPECTIVAS 2015

El año 2015 será un año importante para Chile en términos de la profundización de sus vínculos comerciales con los principales socios de la región. Especial relevancia cobrará el aprovechamiento de los nuevos mecanismos con China, como la I Reunión del Diálogo Económico y la profundización del TLC bilateral. Asimismo, deberá concretarse el inicio de la profundización de los Acuerdos vigentes con Japón (Productos "R") y Corea del Sur (Productos DDA¹⁰).

Por otra parte, el año 2015 se prevé como el año de Chile en ASEAN¹¹. Habiendo consolidado la relación comercial bilateral con 5 de sus 10 países miembros a través de la negociación de acuerdos comerciales, Chile cuenta con la oportunidad de establecer un vínculo institucional con la Asociación lo cual deberá iniciarse con la ratificación del Tratado de Amistad y Cooperación.

Detalle por país 2015:

- China: Coordinar y convocar a la I Reunión del Diálogo Económico; VI Reunión de la Comisión Administradora del TLC; y profundizar el TLC.
- India: Firmar el proceso de Ampliación del Acuerdo de Alcance Parcial.
- Indonesia: Continuar y en lo posible concluir negociaciones para un acuerdo comercial; Reconocimiento a Chile como país libre de la mosca de la fruta que permita acceso a través del puerto de Yakarta.
- Filipinas: Iniciar negociaciones para un acuerdo comercial o grupo de estudio conjunto.
- Corea del Sur: Negociación de productos DDA; Convocar X Reunión de la Comisión del TLC.

¹⁰ Productos negociados en el marco de la Ronda de Doha en la Organización Mundial del Comercio.

¹¹ Asociación de Naciones del Sudeste Asiático; ASEAN por sus siglas en inglés.

- Japón: Concluir negociación de productos "R"; convocar nueva reunión de la Comisión del AAEE.
- Hong Kong, China: Iniciar y concluir negociaciones sobre inversiones.
- Malasia: Convocar a la I Reunión de la Comisión del TLC.
- Tailandia: Entrada en vigencia del TLC que actualmente se encuentra en la Cámara de Diputados.
- Australia: Lograr apertura para el mercado de las paltas; profundizar relación Aero-comercial; convocar nueva reunión del Comité Conjunto.
- Vietnam: Avanzar en el proceso de implementación del TLC (compromiso de certificación electrónica); convocar nueva reunión de la Comisión de Libre Comercio del TLC.¹²
- ASEAN: Ratificar el Tratado de Amistad y Cooperación, que permita a Chile aspirar a una vinculación institucional con la Asociación.

3.5 SUDAMÉRICA

ACTIVIDADES 2014

- Reuniones de las Comisiones Binacionales con Argentina en agosto de 2014; Brasil en octubre de 2014; y Uruguay en agosto de 2014.
- Comisiones Administradoras:
 - Ecuador (Reunión Extraordinaria Comisión Administradora del ACE 65 -enero de 2014).
 - Ecuador (Comité de OTC -julio de 2014).
 - Ecuador (Comité de OTC -julio de 2014).
 - Ecuador (Reunión Extraordinaria Comisión Administradora del ACE 65 -julio de 2014).
 - Mercosur (XXIII Reunión Extraordinaria Comisión Administradora del ACE 35 -julio de 2014).
 - Cuba (III Reunión Comisión Administradora del ACE 42 -19 al 21 de noviembre de 2014).
 - Colombia (VI Reunión de Comisión de Libre Comercio del ACE -24 al 25 de noviembre de 2014).
- Paraguay: El 11 de septiembre se sostuvo una reunión con el viceministro de Comercio e Integración de dicho país, donde entre otros importantes acuerdos se determinó reactivar el Memorándum de Entendimiento para el Establecimiento del Consejo Conjunto de Economía y Comercio, el cual realizará su primera sesión el primer semestre de 2015.
- Perú: Se ha propuesto a dicho país retomar la agenda bilateral para realizar la II Comisión de Libre Comercio durante el primer trimestre de 2015.

BALANCE 2014

En el año 2014 se retomó la mayor parte de las agendas con los países de la región, a excepción de Bolivia, Panamá y Venezuela, con los cuales se reiterará el interés durante 2015.

¹² Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA ha opinado que Vietnam es un importante mercado para la harina y aceite de pescado. En este sentido consulta ¿Se hará un seguimiento al TLC en su primer año de operación?

PERSPECTIVAS 2015:

- Cumplir a cabalidad cada uno de los compromisos asumidos en las reuniones tanto en las comisiones administradoras así como en las de carácter binacional.
- Evaluar con cada uno de los países de la región el potencial de incorporación de nuevas disciplinas, tales como energía, medio ambiente, entre otras.
- Reiterar el interés de reunirnos a la brevedad con Bolivia, Panamá y Venezuela.

3.6 ACUERDO TRANSPACÍFICO DE LIBRE COMERCIO (TPP)**ACTIVIDADES 2014¹³**

El proceso de negociación para el establecimiento del Acuerdo inició en marzo de 2010. En el transcurso del año 2014, la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales condujo y coordinó la participación de Chile en las distintas negociaciones con el objeto de avanzar en el proceso de negociación, colaborar e influir en el diseño de las normas del tratado en atención a los intereses comerciales y sensibilidades nacionales del país.

En el 2014 se realizaron las siguientes reuniones de negociación, las cuales fueron debidamente anunciadas a la sociedad civil en el contexto del "Cuarto Adjunto" y publicadas en el sitio web de ésta institución (www.direcon.gob.cl):

- Reunión de Ministros de Comercio Exterior, en Singapur, los días 17 a 25 de febrero,
- Reunión de Jefes Negociadores y Grupos Técnicos, en Ho Chi Minh, Vietnam, los días 12 a 18 de mayo,
- Reunión de Ministros de Comercio, en Singapur, los días 19 y 20 de mayo,
- Reunión de Jefes Negociadores y Grupos Técnicos, en Ottawa, Canadá, los días 3 a 12 de Julio,
- Reunión de Jefes Negociadores y Grupos Técnicos, en Hanói, Vietnam, los días 1 a 10 de Septiembre,
- Reunión de Jefes Negociadores y Grupos Técnicos, en Canberra, Australia, los días 19 a 24 de octubre,
- Reunión de Ministros de Comercio, en Sídney, Australia, los días 25 a 27 de octubre,
- Reunión de Jefes Negociadores y Grupos Técnicos, en Sídney, Australia, los días 28 de octubre a 1 de noviembre,
- Reunión de Ministros de Comercio, en Beijing, China, el día 8 de noviembre,
- Reunión de Líderes, en Beijing, China, el día 10 de noviembre,
- Reunión de Jefes Negociadores y Grupos Técnicos, en Washington, Estados Unidos, los días 7 a 12 de diciembre.

Por otra parte los Jefes Negociadores y Grupos de Trabajo revisaron los distintos paquetes de cierre y procuraron avanzar en las negociaciones técnicas con el objeto de alcanzar acuerdos.

¹³ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización ONG de Desarrollo, Defensa y Promoción de los Derechos Humanos en el Entorno Digital ha opinado que no se hace mención a los avances del TPP durante el año 2014 ni tampoco se hace mención a los desafíos del TPP para el año 2015.

BALANCE 2014

- En marzo de 2014, con el inicio de Gobierno actual, se efectuó una revisión exhaustiva de los alcances que el TPP podría tener para Chile e intensificó el diálogo con la sociedad civil a través de distintos mecanismos (“cuarto adjunto”, reuniones, prensa, sitio web, redes sociales, entre otros).
- En el mes de julio 2014, los Jefes Negociadores acordaron en Ottawa un cronograma de trabajo que debía guiar el proceso de negociación hasta noviembre 2014, momento en el cual Estados Unidos y Japón pretendían finalizar sus negociaciones bilaterales en materia de agricultura y automóviles.
- Los Ministros de Comercio Exterior, reunidos en Sídney en el mes de Octubre, indicaron que el objetivo esencial de las negociaciones del TPP es lograr un acuerdo ambicioso, comprehensivo, de alto estándar y balanceado. Observaron en dicha oportunidad que se ha avanzado en tal sentido. Adicionalmente, acordaron concentrar sus esfuerzos, y el de sus equipos, en profundizar los procesos de consultas internas y trabajar intensamente entre ellos para resolver los puntos pendientes con el objeto de alcanzar pronto beneficios estratégicos y económicos significativos para la región del Asia Pacífico.
- La reunión de Líderes, que se celebró en noviembre de 2014, tuvo por objeto revisar los avances realizados en el segundo semestre, evaluar el resultado de la reunión Ministerial que le antecedió, y brindar a los Jefes Negociadores y Grupos Técnicos claras instrucciones respecto de la necesidad de acercar puntos de encuentro entre las distintas posiciones negociadoras, a fin de concretar en el primer semestre de 2015 un acuerdo. En esta ocasión los Líderes reiteraron que el TPP será un tratado de alto estándar y balanceado, que acrecentará la competitividad entre las economías, promoverá el emprendimiento y la innovación, procurará crear más empleos, y favorecerá el crecimiento económico así como la prosperidad de los pueblos.
- En todo el proceso Chile participó de buena fe en el proceso de negociación del Acuerdo, con flexibilidad y ánimo de alcanzar acuerdos de manera constructiva, sin perder de vista las áreas que son más sensibles para nuestros ciudadanos, trabajadores, consumidores, organizaciones no gubernamentales y empresas.

PERSPECTIVAS 2015:

En el año 2015 la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales seguirá ejecutando la política que formuló S.E. la Presidenta de la República vis-à-vis a la negociación del Acuerdo TPP. De esta manera seguirá participando de buena fe en el proceso de negociación, con flexibilidad y ánimo de alcanzar acuerdos, promoviendo los intereses comerciales de Chile y, muy especialmente, resguardando las sensibilidades del país.

En atención al mandato de los Líderes, de noviembre de 2014, DIRECON, en coordinación con el grupo interministerial, concentrará esfuerzos para cerrar los paquetes de acuerdo que existen en los distintos grupos, limpiar los textos, y finalizar las negociaciones técnicas, en aras de alcanzar en el primer semestre de 2015 un acuerdo de alto estándar y balanceado que regule los temas comerciales del siglo XXI, en miras a profundizar la integración regional de la Cuenca del Pacífico y contribuir en el bienestar social.

4. PARTICIPACIÓN DE CHILE EN FOROS ECONÓMICOS MULTILATERALES

4.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO – OMC

ACTIVIDADES 2014

- Coordinación de la posición país para determinar la notificación definitiva de compromisos a asumir como inmediatos en el nuevo Acuerdo de Facilitación de Comercio de la OMC.
- Se recibió la visita de una delegación de funcionarios de la Secretaría de la OMC en el inicio del proceso preparatorio del examen de la política comercial de Chile que tendrá lugar en 2015 en Ginebra. Para ello se debió coordinar la interacción con las distintas reparticiones públicas a las que les toca incidir en la política comercial chilena.
- Se instruyó activamente a la Misión de Chile en la OMC para la determinación de una posición nacional en materia de negociaciones comerciales, particularmente en materia de Agricultura y del Grupo sobre Subsidios a la Pesca¹⁴.
- Se intervino a través de la Misión en Ginebra en resguardo de los intereses de las exportaciones chilenas de Jurel, las que están siendo afectadas por restricciones en Nigeria¹⁵.
- Se comunicó a Ginebra la implementación chilena de otorgar una rebaja completa unilateral para no cobrar aranceles ni cuotas a importaciones de países menos adelantados, siendo Chile el primer país latinoamericano en hacerlo, dando cumplimiento a la Decisión Ministerial de la OMC en Bali en 2013.

BALANCE 2014

El balance del año 2014 resultó muy positivo, pues se logró dar cumplimiento al mandato de la Conferencia Ministerial de Bali de 2013, tras adoptarse oficialmente el 27 de noviembre de 2014, el Acuerdo de Facilitación de Comercio, que es el primer texto de disciplinas en frontera que se incorpora como novedad a los Acuerdos vigentes de la OMC. En seguimiento a las decisiones de Bali, el Consejo General de la OMC adoptó la decisión de poner como límite temporal el mes de julio de 2015 para que los miembros de la OMC establezcan un programa de trabajo que incorpore los temas a negociar de la Ronda de Doha, de modo de activar las negociaciones comerciales multilaterales.

PERSPECTIVAS 2015

- El 23 y 24 de febrero se recibirá oficialmente la visita del Director General de la OMC, Roberto Azevedo, la cual incluirá entrevistas con la Presidenta de la República, con el canciller Heraldo Muñoz y con otros ministros de Estado y jefes de Servicio.

¹⁴ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA ha opinado si ¿es posible tener más detalles sobre la posición nacional?.

¹⁵ La organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA opina que es necesario volver a subir el tema a la OMC anticipándose porque para Chile éste mercado representa casi el 70% del jurel congelado que exportamos.

- Durante el primer semestre, se espera concurrir a las negociaciones políticas para definir temas y programa de trabajo en reactivación de la Ronda de Doha. Chile deberá ratificar ante la OMC la aceptación del nuevo Acuerdo de Facilitación de Comercio.
- Examen a la Política Comercial de Chile: Como segunda visita preparatoria, en marzo de 2015 se recibirá a funcionarios de la Secretaría OMC quienes, con las reparticiones públicas respectivas, afinarán el contenido del borrador del Informe de la política comercial de Chile. Luego, sobre la base del informe definitivo, el examen de Chile se llevará a cabo en Ginebra donde todos los Miembros de la OMC le formularán preguntas entre los días 23 y 25 de junio.
- Participación en la X Conferencia Ministerial de la OMC que tendrá lugar en Nairobi, Kenia, a mediados de diciembre de 2015.

4.2 ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN ECONÓMICA Y EL DESARROLLO-OCDE

ACTIVIDADES 2014

- Aumentó notoriamente la participación de Chile en la OCDE, a nivel de expertos en los comités y grupos de trabajo (más de 250 comités y grupos).
- Participación en París de reunión del Consejo a nivel Ministerial de la OCDE realizada en mayo, con la presencia del Subsecretario de Hacienda y el Director General de Direcon, y asistencia a la reunión Informal a nivel Ministerial de la OMC.
- Asistencia a la reunión Ministerial Informal en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la OCDE junto con la reunión anual de Puntos Nacionales de Contacto (PNC) para las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales.
- Colaboración a través del Programa de Actividades Específicas (PAEE) de colaboración con América Latina - Costa Rica en la que se compartió la experiencia chilena del proceso de acceso a la OCDE.
- Organización de un Taller Regional sobre Mediación y el Rol de los PNC, que contó con la participación de todos los Puntos Nacionales de Contacto de la región (Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, México y Perú).
- El PNC de Chile realizó 16 charlas de difusión sobre las Líneas Directrices de la OCDE y su rol y recibió 4 nuevos casos en relación con estas.

BALANCE 2014

- Chile profundizó fuertemente su interacción con la OCDE y en este resultado la labor de Direcon fue fundamental, potenciando la coordinación con la Red de Encargados OCDE de cada Ministerio con el fin de coordinar temas relacionados con el trabajo de Chile con la OCDE (publicaciones y cuestionarios y los distintos procesos de implementación de compromisos pos acceso a la Organización).
-
- Compromisos pos acceso Chile: "Acuerdo sobre los Términos de Acceso de la República de Chile a la Convención de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico", 11 de enero de 2010. En materias específicas:
 - Comité de Empleo, Trabajo y Asuntos Laborales (ELSAC, por su sigla en inglés).

- Compromisos en Químicos, nuestro país presentó avances en noviembre de 2014.
- Comité de Política Ambiental.
- Gobernanza Corporativa, se presentaron avances durante la reunión de ese Comité en noviembre de 2014.
- Cohecho: Convención OCDE para Combatir el Cohecho a Funcionarios Públicos en Transacciones Comerciales Internacionales, recomendaciones relativas a implementar en la legislación interna las disposiciones de la citada Convención.
-
- Se dio inicio al estudio sobre Cadenas Globales de Valor (CGV) de Chile por la OCDE el que permitirá analizar el grado de inserción de nuestro país en las CGV y recomendaciones para el diseño de una política nacional en esta materia.

PERSPECTIVAS 2015

- Reunión del Consejo a nivel Ministerial de la OCDE y reunión informal a nivel de Ministros de Comercio de la OMC, junio de 2015.
- Visita Oficial de S.E. la Presidenta de la República a la OCDE la que mantendrá reunión con el Secretario General de la OCDE, junio de 2015.
- Reunión Anual de Puntos Nacionales de Contacto (PNC), junio de 2015.
- Fortalecer la profundidad de la participación de Chile en las actividades de la OCDE y una continua comunicación con la Misión de Chile ante la OCDE, así como con el Comité Estratégico (grupo coordinado por Direcon y que cuenta con la participación de Presidencia, Ministerio de Hacienda y Secretaría General de la Presidencia), encargado de dar los principales lineamientos de la participación de nuestro país en la Organización.
- Extender la labor de difusión para agencias de gobierno que no han tenido la debida participación y buscar mecanismos de apoyo junto al Ministerio de Hacienda y la Segpres para apoyar a dichas agencias.
- Difusión e implementación de los instrumentos de RSE a través del Punto Nacional de Contacto de Chile, esto a través de actividades de difusión con los principales *stakeholders* sobre las Líneas Directrices OCDE para Empresas Multinacionales y la Convención OCDE para Combatir el Cohecho a Funcionarios Públicos en Transacciones Comerciales Internacionales, tanto en Santiago como en regiones.
- Participación activa en el Consejo de Responsabilidad Social Empresarial del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo como Punto Nacional de Contacto de Chile y encargado de dar seguimiento a las distintas guías asociadas a la Agenda Proactiva del PNC.
- Potenciar el Programa Regional para América Latina y el Caribe de la OCDE a través de un vínculo de colaboración más estrecho con aquellos países que son miembros de la Organización y aquellos que están en proceso de acercamiento a la Organización (Colombia, Costa Rica y Perú), así como con Brasil, como *key partner*.

4.3 FORO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA DE ASIA PACÍFICO – APEC

ACTIVIDADES 2014

- Preparación, coordinación y asistencia a las principales reuniones de APEC del año 2014: Las cuatro reuniones de Altos Oficiales (SOMs); la reunión de Ministros de Comercio; la reunión conjunta de Ministros de Comercio y de Relaciones Exteriores; y la Cumbre de Líderes. Cada una de estas actividades implicó la preparación de las carpetas respectivas para Alto Oficial, Ministros y Presidenta.
- Organización de los Seminarios de Responsabilidad Social Empresarial y Cuellos de Botella en la Cadena de Suministros.
- Coordinación y participación en los distintos talleres y seminarios APEC (56 en total).
- Asistencia en participación en las 6 reuniones Ministeriales sectoriales del año.
- Difusión de tarjeta para viajeros de negocios de APEC (ABTC) en cena anual ASEXMA, la cual facilita el desplazamiento de personas de negocios entre la mayoría de las economías de APEC, y elaboración de folletos de difusión.
- Co-organización con Comité de Inversiones Extranjeras (CIE) y oficina comercial de Beijing del Seminario "Invest in Chile" en los márgenes de la Cumbre de Líderes en Beijing.

BALANCE 2014

Fue un año positivo con logros significativos en materia de la facilitación de comercio e inversiones en la región del Asia Pacífico. Se destaca el acuerdo alcanzado en cuanto a la realización de un estudio estratégico en materia de la realización de un Acuerdo de Libre Comercio del Asia Pacífico (FTAAP), la adopción del Mapa de Ruta sobre Conectividad y el Acuerdo sobre el Desarrollo Innovador, las Reformas Económicas y el Crecimiento. Asimismo, se dio un fuerte apoyo al sistema multilateral de comercio.

En cuanto a proyectos de capacitación, Chile se adjudicó dos proyectos en materia de inocuidad alimentaria y resistencia antimicrobial, los cuales serán ejecutados durante 2015 por un monto que supera los 350 mil dólares¹⁶.

PERSPECTIVAS 2015

- Asistencia a las principales reuniones APEC del año (Filipinas) que incluye las reuniones de Altos Oficiales y reuniones asociadas, reuniones Ministeriales Sectoriales que incluyen las reuniones de Ministros de Comercio y la reunión Ministerial de Comercio y de Relaciones Exteriores y la Cumbre de Líderes.
- Coordinar e implementar en conjunto con ACHIPIA los dos proyectos adjudicados en 2014.
- Coordinar con otros ministerios la preparación de proyectos para ser presentados durante las dos sesiones de proyectos de 2015.
- Participación de Direcon en los grupos de expertos que elaborarán el estudio estratégico con miras a un eventual Acuerdo de Libre Comercio del Asia Pacífico, como también el que medirá la generación de valor agregado en el comercio (TIVA) en la región.

¹⁶ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA ha opinado si ¿pueden ser incluidos los productos pesqueros además de apoyar proyectos de inocuidad?.

- Participar en el proyecto de Creación de Capacidades Negociadoras de APEC liderando un tema.
- Seminario con puntos focales de las diferentes reparticiones para hacer balance y proyectar próximo año.

4.4 PROPIEDAD INTELECTUAL

ACTIVIDADES 2014

- Se coordinó la posición país y se participó activamente en los distintos comités de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)¹⁷.
- Se coordinó y transmitió la posición de Chile en el Grupo de Expertos en Propiedad Intelectual (IPEG) que se reúne en el marco de las reuniones de APEC y se participó en las reuniones ordinarias y extraordinarias del Consejo de los ADPIC¹⁸ que se reúne en la OMC.
- Se coordinó y presentó en el Congreso Nacional, los proyectos de acuerdo para ratificar los diferentes Tratados internacionales en materia de Propiedad intelectual que se han acordado durante este último período como por ejemplo, el Tratado de Beijing sobre interpretaciones y ejecuciones audiovisuales.
- DIRECON ha liderado y transmitido la posición de Chile en materia de Propiedad intelectual en los distintos Tratados bilaterales que se encuentran en negociación.
- En relación al Tratado de Marrakech¹⁹, DIRECON envió a las agencias que tienen competencia en temas de Derecho de Autor (Comité Interministerial de Propiedad Intelectual) un borrador de Mensaje, a fin de compilar e incluir sus comentarios para la mejor implementación del Tratado. En este ámbito se espera que durante el 2015, el borrador sea aprobado por las agencias.

BALANCE 2014

El balance es muy positivo toda vez que se ha ido avanzando en las distintas temáticas de propiedad intelectual que se están discutiendo en los foros multilaterales y bilaterales. En este

¹⁷ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Chilena del Derecho de Autor, SCD ha opinado si ¿ existe un documento en la cual ésta se haya delineado y al cual puedan acceder?. Agrega que en efecto, las negociaciones en materia de propiedad intelectual se han estado dando en dos ámbitos muy concretos: (a) los tratados de libre comercio (bilaterales, multilaterales y la modernización de los acuerdos existentes) y (b) en el seno de la OMPI, donde las negociaciones se amplían a materias bastante disímiles como son los derechos de los organismos de radiodifusión, la protección del folclore o un nuevo acuerdo sobre excepciones. Además agrega que en la Cuenta no hay una referencia expresa sobre la posición de Chile y que la DIRECON ha sostenido en las negociaciones comerciales respecto al tratamiento que han de recibir los bienes y servicios culturales.

Por otra parte la organización ONG de Desarrollo, Defensa y Promoción de los Derechos Humanos en el Entorno Digital ha opinado lo siguiente: "No se hace referencia al Acuerdo de Marrakech".

¹⁸ Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual (ADPIC).

¹⁹ "Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) para facilitar el acceso a las obras publicadas a las personas ciegas, con discapacidad visual o con otras dificultades para acceder al texto impreso", el cual fue aprobado en Conferencia Diplomática el 27 de Junio de 2013, por 160 países miembros. Su ámbito es la Propiedad Intelectual, particularmente, el Derecho de Autor, excepciones y limitaciones. El Tratado otorga una limitación o excepción al derecho de reproducción, el derecho de distribución y el derecho de puesta a disposición al público de una obra protegida, en virtud de la cual las "entidades autorizadas" (toda entidad autorizada o reconocida por el gobierno para proporcionar a los beneficiarios sin ánimo de lucro, educación, formación pedagógica, lectura adaptada o acceso a la información, como a toda institución gubernamental u organización sin ánimo de lucro que proporcione los mismos servicios a los beneficiarios, como una de sus actividades principales u obligaciones institucionales) pueden, sin la autorización del titular del derecho de autor, realizar un ejemplar en formato accesible de las obras; obtener obras de otras entidades autorizadas, incluyendo extranjeras; y suministrar dichos ejemplares a los beneficiarios, por cualquier medio.

contexto, se destaca la participación de Chile en el proceso de negociación en la OMPI para la adopción de un Tratado en materia de recursos genéticos, conocimientos tradicionales y folclor. Asimismo, se puede destacar un activo rol de coordinador en las distintas actividades de cooperación que entregan los principales organismos internacionales en materia de Propiedad intelectual a Chile.

PERSPECTIVAS 2015

- Continuar ejerciendo una activa labor de coordinación entre las diferentes agencias encargadas de Propiedad intelectual así como también del rol de Direcon en las negociaciones bilaterales y multilaterales en Propiedad intelectual.
- Se proyecta un activo rol sobre la correcta implementación de compromisos internacionales en estas temáticas.

4.5 SERVICIOS, INVERSIONES Y TRANSPORTE

ACTIVIDADES 2014

- Se participó en negociaciones del Acuerdo plurilateral de servicios denominado TISA, en donde participan 23 países, siendo uno de ellos la UE, que representan el 70% del comercio de servicios a nivel mundial. En esta negociación se discuten reglas para la liberalización de los servicios a través de la inclusión de 17 anexos sectoriales que abarcan desde los servicios financieros hasta los servicios profesionales.
- En la Alianza del Pacífico, Chile asumió la coordinación del Grupo de Servicios y Capitales y se están incorporando materias que van más allá de los temas incorporados típicamente en los acuerdos comerciales, tales como licencias temporales para los servicios profesionales.
- Se realizó una serie de reuniones con distintos actores privados que exportan servicios, para así conocer en detalle las dificultades que enfrentan e identificar las áreas en que se pueden apoyar.
- Chile asumió la presidencia del Grupo de Expertos en Inversiones (IEG por sus siglas en inglés) de APEC y participó en dos reuniones como presidencia.

BALANCE 2014

Se consolidaron los vínculos con el sector privado para incorporar sus apreciaciones e intereses en el contexto de las negociaciones en curso, en especial para influir en la agenda de las negociaciones del TISA y de la Alianza del Pacífico. Por otro lado, se ha intensificado la participación en distintos foros internacionales tales como OCDE y APEC, en este último asumiendo la presidencia del Grupo. De esta manera se han incluido en la agenda de dichos foros temas relevantes para nuestro país en materia de política comercial y de inversiones.

PERSPECTIVAS 2015:

- Profundizar las relaciones con el sector privado exportador de servicios.
- Iniciar negociaciones en materia de inversiones con Hong Kong y Brasil.
- Mantener participación activa en las negociaciones del Acuerdo TISA.

- Profundizar la coordinación con los actores involucrados en la discusión de Gobernanza de Internet y continuar la participación en la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (ICANN).

4.6 ENERGÍA, COMERCIO Y DESARROLLO SUSTENTABLE

ACTIVIDADES 2014

- Se preparó la posición²⁰ de Chile para la discusión de la reducción de emisiones de gases efecto invernadero en la Organización Marítima Internacional (OMI) y en la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), respectivamente, mandato que proviene del Protocolo de Kioto y de la Convención de Cambio Climático. Esto incluyó la participación en el Comité de Protección de Medio Marino en OMI.
- En las materias de comercio y cambio climático, se participó en la COP 20 de la Convención de Cambio Climático, desarrollada en Lima.
- Se apoyaron las negociaciones del Tratado Energético de UNASUR²¹, lideradas por el Ministerio de Energía y el acuerdo para el intercambio energético entre Argentina y Chile.
- Se participó en las negociaciones comerciales en materias ambientales y laborales y se implementaron los compromisos que derivan de esos acuerdos.
- Se participó en el Grupo Nacional de Trabajo de Pesca Ilegal²², que está desarrollando la Política Nacional de Combate a la Pesca Ilegal y es liderado por DIMA.²³
- Se participó en las mesas de trabajo del Consejo de Responsabilidad Social.

BALANCE 2014

Durante las negociaciones en OMI y en OACI, las posiciones de nuestro país fueron consideradas y se lograron resultados equilibrados en las discusiones. Si bien dichas conversaciones continuarán el próximo año, se espera poder avanzar hacia los intereses de nuestro país. En materia de la COP 20 de Cambio Climático²⁴, se logró un documento con lineamientos, de cara al acuerdo vinculante para la próxima COP a desarrollarse en París, en diciembre de 2015. Respecto de las materias energéticas, las discusiones han sido lentas y con poco avance. Sobre la implementación de los compromisos, se destaca el avance en la cooperación con Colombia en el marco del TLC con ese país. En relación a la Pesca Ilegal, el grupo de Trabajo ha avanzado en las discusiones y espera tener una propuesta de Política para el próximo año. Se ha realizado una activa labor de coordinación entre las diferentes agencias.

²⁰ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA ha opinado lo siguiente: ¿Cuál es la respuesta de Chile? ¿Cuál es el plan para reducir GEI?

²¹ Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR)

²² Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA ha opinado lo siguiente: "¿existe un Informe preliminar que pueda compartirse con la Sociedad Civil?"

²³ Dirección de Medio Ambiente y Asuntos Marítimos (DIMA)

²⁴ La organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA agrega opinando lo siguiente: "En último informe bienal de cambio climático presentado por el MMA, al sector pesquero se le agrupo junto con agricultura y silvicultura, estimamos que esto no procede porque el sector pesquero y acuícola se ve afectado por esta categorización".

PERSPECTIVAS 2015

- Fortalecer el trabajo en materia de cambio climático y comercio, considerando las negociaciones al alero de la Convención de Cambio Climático y el instrumento vinculante que se espera acordar en París en diciembre de 2015.
- Se continuará participando en las discusiones de OMI y OACI; así como en las negociaciones desarrolladas en la COP de Cambio Climático; en específico en las materias relativas a comercio y cambio climático.
- Se seguirá siendo miembro del Grupo de Trabajo de Pesca Ilegal.
- Se avanzará en la implementación de los compromisos ambientales y laborales en los TLC.
- Participación en la elaboración de la Evaluación de Desempeño Ambiental, en materias de comercio y medio ambiente, que está realizando la OCDE y que a nivel nacional es liderado por el Ministerio de Medio Ambiente.
- Se continuarán apoyando las negociaciones en materias energéticas.
- Se fortalecerá el trabajo de Responsabilidad Social y Derechos Humanos y Empresa, coordinándose con el Consejo de Responsabilidad Social y la DIDEHU²⁵.

²⁵ Dirección de Derechos Humanos (DIDEHU).

5. PROCHILE

I. RESULTADOS INSTITUCIONALES EN 2014

ProChile trabaja con diversas empresas a lo largo del país. Al 31 de diciembre de 2014, ProChile prestó apoyo a un total de 4.916 clientes²⁶, de los cuales el 45% registró exportaciones. Conforme al cuadro siguiente, el 40% de nuestros clientes son pymes, el 13% micro empresas, el 28% son grandes y un 18% no registra información.

Tamaño Empresa	N° Empresas	% Part.
Grande	1.394	28%
Pyme	1.990	40%
Micro	663	13%
s/i	869	18%
Total	4.916	100%

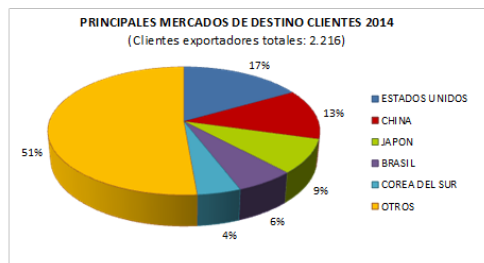
Fuente: Gestión Institucional con datos SRA y SII.

Cabe señalar que las empresas exportadoras apoyadas por ProChile registran mejores resultados que aquellas que no son clientes de ProChile. Conforme al siguiente cuadro, el 77% de los clientes exportadores de ProChile exportan en promedio más de un producto, y el 75,8% lo hace a más de un mercado (con un promedio de 7,2 mercados de destino). Si se considera la base nacional de exportadores²⁷, el 56% exporta más de un producto y en promedio acceden a 3,6 mercados de destino.

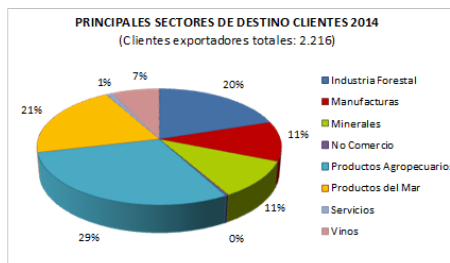
Resultados de los Exportadores que trabajan con ProChile		
Año 2014	Base Nacional de Exportadores	Clientes Exportadores de ProChile
Mercados Promedio	3,6	7,2
Exportan a más de un mercado	45,74%	75,81%
Productos promedio	5,0	7,1
Exportan más de un producto	56,38%	77,26%

Fuente: Gestión Institucional con datos SRA y Aduanas.

En el cuadro siguiente se pueden observar los mercados y sectores en los cuales participan nuestros clientes exportadores:



Nota: No considera exportaciones de cobre.
Fuente: Registros SRA, exportaciones Servicio Nacional de Aduanas.



Nota: No considera exportaciones de cobre.
Fuente: Registros SRA, exportaciones Servicio Nacional de Aduanas.

²⁶ Corresponde a persona jurídica o persona natural con iniciación de actividades, vinculada a las exportaciones, que hace uso de los servicios estratégicos de ProChile.

²⁷ Es decir, todos los exportadores nacionales según estadísticas del Servicio Nacional de Aduanas.

El resultado de los indicadores PMG²⁸ de ProChile correspondientes a 2014 son los siguientes:

Monitoreo del Desempeño Institucional			
Indicador	Descripción	Meta	Valor actual
Diversificación Producto-Mercado	Porcentaje de nuevos pares productos-mercados de destino, exportados este año por los clientes institucionales del año anterior	31%	30%
Cobertura	Porcentaje de participación de clientes exportadores (sobre US\$ 60.000) ProChile respecto del total de exportadores nacionales (sobre US\$ 60.000)	41%	45%
Nivel de satisfacción	Porcentaje de clientes que se manifiestan satisfechos con el servicio recibido por ProChile respecto del total de clientes encuestados	80%	82%

Nota: El valor alcanzado en el indicador de diversificación queda dentro del margen autorizado por la DIPRES²⁹, de un 95%, quedando cumplida dicha meta.

II. RED NACIONAL DE PROCHILE

1. OFICINAS REGIONALES

ProChile cuenta con 15 oficinas a lo largo del país, fortaleciendo su presencia en regiones a través de la participación técnica en instancias de coordinación regional, con el fin de articular políticas y coordinar instrumentos en beneficio del desarrollo económico de las regiones y, a la vez, dar a conocer y potenciar la labor que desarrolla ProChile.

2. AGROALIMENTOS

Durante 2014 se implementó la campaña *Foods from Chile*, marca genérica para la promoción del sector alimentos chilenos, en los principales mercados, entre los cuales destacan Estados Unidos, Japón, China, Rusia, México, Colombia y Brasil. El objetivo es posicionar a Chile como origen único para alimentos de alta calidad y como socio comercial confiable.

Asimismo, el foco estuvo en promocionar alimentos de mayor valor, potenciar la diversificación de mercados y el acceso a mejores segmentos de precios para industrias como frutos secos y deshidratados, aceite de oliva, agroindustria, vino, fruta, cerveza, entre otros. Esta promoción fue desarrollada a través del programa de Promoción de Agro&Alimentos que incluyó las siguientes actividades:

- Feria Goodwine.
- Apoyo a la Oficom³⁰ India en la Rueda de Negocios de fruta fresca en Mumbai.
- Apoyo logístico a empresas de fruta fresca que visitaron la Asia Fruit Logistica.

²⁸ Programa Mejoramiento de la Gestión (PMG).

²⁹ Dirección de Presupuestos (DIPRES).

³⁰ Oficina Comercial (OFICOM).

- Seminarios y Misión Comercial a China y Japón para el sector de frutos secos y deshidratados.
- Seminarios y Misión Comercial al norte de Italia y Turquía para el sector de frutos secos y deshidratados.
- Invitación de Periodistas del Mercado Asiático.

3. INDUSTRIAS Y MANUFACTURAS

Durante 2014 centramos el apoyo en empresas pymes exportadoras y no exportadoras con potencial, con énfasis en los subsectores: Maderero, Metalmeccánico, Plástico, Textil, Calzado, Cosméticos, Fármacos, Químicos y proveedores específicos para los sectores mineros, salud y construcción. América Latina fue la zona geográfica priorizada, realizándose acciones de promoción en mercados tales como: Perú, Bolivia, Colombia, Venezuela, Costa Rica y México, principalmente. Trabajamos con algunos segmentos en el desarrollo de capacidades exportadoras en coordinación con las áreas competentes dentro de la institución. Durante 2014 fueron favorecidas directamente más de 220 empresas del sector industrial no alimentario con nuestras herramientas.

Se destaca la participación en ferias tales como: PDAC, Canadá; ExpoMina, Perú; Colombiaminera, Colombia; Interzum, China; M&E, Australia. Además, los encuentros empresariales y ruedas de negocios como: Cainco Santa Cruz, Bolivia; Encuentro Forestal, Costa Rica; Workshop Maderero, Australia; Workshop Industrial, Colombia; Encuentro Salud, Venezuela; etc. También trabajamos apoyando la marca sectorial Chile Manufactura y participamos en las macro ruedas de la Alianza Pacífico y ALADI. En el plano interno se apoyaron actividades como el Foro de Innovación de Antofagasta, Expomin, Fullplast, Atexpo, Latin Trends y Santiago Fashion Week, todas actividades que contemplaron jornadas de negociación con importadores internacionales y sirvieron como importante vitrina a las empresas del sector.

4. COMERCIO DE SERVICIOS

En 2014, continuamos enfocando nuestros esfuerzos en tres áreas de servicios de alto valor agregado: servicios relacionados con Educación y Tecnología; servicios profesionales e industrias creativas.

En el caso de Servicios Educativos, se realizó en mayo 2014 el lanzamiento de la Marca Sectorial *LearnChile* en la Feria Nafsa en San Diego, Estados Unidos, que agrupa a 21 universidades y tiene como objetivo posicionar a Chile como un destino atractivo de estudios para los extranjeros. En el ámbito de la Biotecnología, estuvimos presentes en la Feria BIO en la ciudad de San Diego, Estados Unidos, junto al Comité de Inversiones Extranjeras y CORFO.

Asimismo, llevamos a cabo el primer Coaching Emprendedor TI con la participación de 7 empresas, 6 de las cuales eran Pymes no exportadoras, actividad que se realizó entre septiembre y octubre. Participamos en LAB4 en Colombia durante octubre con más de 20 empresas del sector TICs, y en noviembre en el evento Outsource2LAC organizado por el BID en Guatemala, con la participación de 6 empresas de servicios de contenido digital, videojuegos y arquitectura.

En el área Servicios Profesionales, participamos en marzo de 2014 en la feria PDAC en Toronto, con ingeniería y servicios para la minería. Lanzamos la Marca *Chile Engineering* (Ingeniería) en Bogotá, Colombia, en mayo, y en el Foro Innovación de Antofagasta, en el mes de noviembre.

5. ASOCIATIVIDAD

Se trata de una de las prioridades de la gestión de ProChile que vincula directamente con el énfasis de descentralización y el trabajo con regiones, pues incentiva los proyectos empresariales asociativos en regiones. En 2014, por ejemplo, ProChile fortaleció el trabajo regional a través de los Consejos Regionales Exportadores. Asimismo, se realizaron diversas mejoras a los concursos de ProChile. El ajuste a las bases de los concursos y los criterios de evaluación permitió abrir más espacio a la participación asociativa de los postulantes, como también la asignación de mayores sumas de recursos por cada proyecto adjudicado. Igualmente se abrió la posibilidad para que las asociaciones gremiales presenten proyectos sectoriales de promoción de exportaciones. De esta forma se promueve un mayor impacto económico de este mecanismo de asignación de recursos públicos de ProChile.

5.1 CONSEJOS REGIONALES EXPORTADORES

Los Consejos Regionales Exportadores fueron establecidos en 2013 y durante 2014 fueron fortalecidos a través de la incorporación de asociaciones regionales. ProChile lidera estos consejos, cuyo objetivo es informar a las empresas y asociaciones gremiales regionales respecto de los planes e instrumentos que están impulsando para apoyar a las empresas exportadoras y con potencial exportador, recibiendo a la vez retroalimentación de parte de los integrantes del Consejo, de manera que ProChile pueda adaptar sus iniciativas e instrumentos a las necesidades de las empresas regionales.

Los Consejos Regionales Exportadores representan un esfuerzo por descentralizar las iniciativas de ProChile y apoyar el trabajo de las regiones. En 2014 se realizaron 15 Consejos Regionales Exportadores, los que correspondieron a los siguientes:

- Región de Arica y Parinacota: El 13 de agosto, el cual contó con una participación de 8 empresas exportadoras y 2 asociaciones gremiales regionales.
- Región de Tarapacá: El 26 de mayo en Iquique, el cual contó con la participación de 10 empresas, 1 asociación gremial y el Instituto de Desarrollo Agropecuario.
- Región de Antofagasta: El 5 de diciembre, convocando a 9 empresas y 1 asociación gremial.
- Región de Atacama: El 2 de diciembre, participando 9 empresas y 1 asociación gremial.
- Región de Coquimbo: El 12 de junio en La Serena, el que registró la participación de 8 empresas y 2 asociaciones gremiales.
- Región de Valparaíso: El 2 de septiembre, convocando a 16 empresas y 5 asociaciones gremiales.
- Región Metropolitana: El 15 de diciembre, convocando a 12 empresas y 7 asociaciones gremiales.
- Región de O'Higgins: El 11 de noviembre, convocando a 7 empresas y 5 asociaciones gremiales.
- Región del Maule: El 14 de noviembre, convocando a 11 empresas y 3 asociaciones gremiales.
- Región del Bío Bío: El 19 de diciembre, convocando a 10 empresas y 9 asociaciones gremiales.
- Región de La Araucanía: El 12 de diciembre, convocando a 5 empresas y 3 asociaciones gremiales.
- Región de Los Ríos: El 29 de abril, convocando a 10 empresas y 3 asociaciones gremiales.

- Región de Los Lagos: El 11 de julio, en el que participaron 5 empresas y 7 asociaciones gremiales.
- Región de Aysén: El 16 de diciembre, convocando a 9 empresas y 3 asociaciones gremiales.
- Región de Magallanes: El 1º de agosto, contando con la asistencia de 11 empresas y 6 asociaciones gremiales.
- Región de O'Higgins: El 11 de noviembre, convocando a 8 empresas y 3 asociaciones gremiales.

5.2 CONSEJO DE DESARROLLO EXPORTADOR PROCHILE - SOFOFA

El 2 de julio de 2014 se constituyó el Consejo de Desarrollo Exportador organizado por ProChile junto a la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA). Este Consejo estará integrado, entre otros, por las siguientes asociaciones: ASIMET, ASOEX, ASEXMA, ACTI, APA, Cámara de Comercio de Santiago, Salmón Chile, FEDIT Chile, AIC, FEDECALL, ASIQUM, EXPORLAC, Cámara de Cosmética, AEPA y SONAPESCA. Este Consejo constituye una instancia de coordinación y diálogo con las principales asociaciones del sector privado, de manera de informar las prioridades de la gestión y recibir comentarios, observaciones y propuestas de estas asociaciones.

6. TRABAJO CON PYMES

6.1 CENTROS PYME EXPORTA

En el marco de la Medida Nro. 25 de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, se diseñaron los Centros Pyme Exporta que comenzarán a funcionar en 2015. De esta forma, se creó un manual de operación y se adaptaron físicamente las 15 oficinas regionales para permitir su funcionamiento. Asimismo, se definieron los encargados regionales, comenzando su capacitación en noviembre pasado. Por otro lado, se implementaron los Planes Sectoriales, columna vertebral de apoyo a las empresas que participen de la estrategia de los Centros Pyme Exporta. Se adaptaron los sistemas de registro y control de clientes CRM y SRA institucional para el manejo operativo de estos.

Igualmente, desde septiembre de 2014, se comenzaron a adaptar todos los instrumentos de ProChile para garantizar un apoyo más efectivo al servicio de las pymes. Además, se realizó un trabajo de coordinación interministerial con CORFO y SERCOTEC con el fin de alinear los esfuerzos institucionales, otorgando un apoyo integral a las empresas pymes no exportadoras. Al respecto, cabe destacar que se materializaron acuerdos operativos de colaboración entre ProChile y las instituciones señaladas.

6.2 COORDINACIÓN CON OTROS ENTES PÚBLICOS

Se trabajó con otras organizaciones de gobierno para apoyar a las pymes mediante la firma y articulación de un convenio de trabajo entre ProChile y CORFO con el fin de trabajar coordinadamente, lograr sinergias y permitir un trabajo integral y eficiente de apoyo a las pymes. También se diseñó un acuerdo de colaboración entre Direcon y SERCOTEC con la finalidad de trabajar articuladamente, y permitir un trabajo amplio de apoyo a las pymes.

6.3 INNOVACIÓN EXPORTADORA

Se destaca el Foro de Innovación Exportadora de Antofagasta en octubre de 2014, en el que participan 16 invitados internacionales (compradores) y 56 empresas proveedoras innovadoras nacionales con más de 224 agendas de reuniones. También conviene subrayar la participación en Lab 4 Medellín, Colombia, donde asistieron 20 pymes chilenas innovadoras y exportadoras.

6.4 INVERSIONES

En materia de inversiones destaca la firma el 27 de agosto de 2014 de un convenio de cooperación entre el Comité de Inversiones Extranjeras y Direcon, que regula la relación entre ambas instituciones y permite desarrollar articuladamente un plan de acción que complementa sus agendas de trabajo.

7. AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA

La Agricultura Familiar Campesina corresponde a una línea de trabajo del Ministerio de Agricultura, cuya internacionalización es apoyada por ProChile a través de sus programas, instrumentos y líneas de trabajo. En anexo a este documento, "Complemento Información", se detalla el listado de actividades realizadas en 2014.

8. FONDO NACIONAL DE DESARROLLO REGIONAL - FNDR

Consiste en un instrumento financiero del gobierno central destinado a transferir recursos fiscales a las regiones para la materialización de proyectos y obras de desarrollo que tengan impacto regional, provincial y local. Es una herramienta de descentralización que existe desde el año 1975.

A través de estos recursos se financian acciones de desarrollo económico, social y cultural, basándose en la demanda proveniente de municipalidades, gobernaciones, servicios públicos, universidades, entre otros. Con estos recursos ProChile complementa y potencia actividades de promoción de exportaciones mediante la presentación de proyectos de hasta 3 años plazo.

Durante 2014, las regiones de Maule, Bío Bío, Araucanía, Los Ríos, Aysén y Magallanes contaron con proyectos aprobados con fondos del FNDR, permitiendo a estas regiones desarrollar actividades especialmente dirigidas a cubrir las necesidades y requerimientos de las empresas regionales, considerando los énfasis y lineamientos institucionales.

Dentro de las principales actividades financiadas con estos recursos podemos destacar las siguientes: Realización de misiones comerciales de interés para la región, invitación a importadores a conocer la oferta exportable regional, organización de seminarios y talleres dirigidos a capacitar a las empresas exportadoras y con potencial exportador, coaching y misiones de pre-internacionalización (ejecutados en conjunto con el Departamento de Desarrollo de Capacidad Exportadora), visitas a ferias internacionales y actividades de integración vecinal con el mercado argentino.

III. RED INTERNACIONAL

1. NUESTRA RED EXTERIOR

La Red Externa está compuesta en total por 53 oficinas comerciales en 43 países del mundo, repartidas geográficamente de la siguiente manera:

Área Geográfica	Total oficinas (Oficom/Representación)
América del Norte	7
América Latina	18
Europa	13
Asia	15
Total	53

La prioridad estratégica de ProChile es América Latina, lo que implica el compromiso y esfuerzo de todas las oficinas comerciales de ProChile en esta región y un trabajo coordinado con las distintas unidades de la Cancillería.

Proceso de selección de Agregados Comerciales: Se inició el proceso de selección de agregados comerciales, con el fin de proveer las plazas de Los Ángeles, Tailandia, Dubái y Nueva Delhi. Para ello, se publicó en el diario El Mercurio el día 30 de diciembre de 2014, el inicio del proceso de postulación, el que a la fecha se encuentra en su etapa final de selección.

Trabajo con las Oficinas Comerciales: Como parte del trabajo permanente y estrecho con las oficinas comerciales, se realizaron durante el año 2014 las siguientes reuniones de coordinación por áreas geográficas:

Área Geográfica	País	Fecha
América Latina	Santiago	17-18 octubre
Europa	París	23-25 octubre
Asia	Ho Chi Minh	07-09 septiembre
América del Norte	Miami	06-08 noviembre

Informes elaborados por las Oficinas Comerciales: Los informes generados por las Oficinas Comerciales fueron los siguientes:

2014	América del Norte	Asia	América Latina	Europa
Nº actividades de capacitación y/o Seminarios a nivel central o regional	9	12	34	4
Nº informes de mercado (PMP, PMS, etc.)	34	95	120	103
Nº proyectos de apoyo a la gestión	6	18	28	20
Nº de demandas/oportunidades concretas de negocios enviadas por las Oficoms	53	103	178	784
Nº actividades con apalancamiento	4	110	36	11

Programa Embajadas y Consulados: El Programa Consulados y Embajadas Comerciales es una herramienta para entregar apoyo al sector exportador en mercados donde ProChile no cuenta con una oficina comercial. En este caso, el apoyo es entregado en terreno a través de Embajadas o Consulados de Chile.

Este Programa se implementó hace 3 años y ha funcionado adecuadamente, dentro de los parámetros previstos. Hoy se trabaja coordinadamente con 22 embajadas y 9 consulados. Las actividades realizadas en el año 2014, fueron las siguientes:

Actividad	País	Fecha
Invitación a empresa importadora de frutas y productos del mar	Egipto	10 al 14.11.14
Invitación a periodista especializada en vinos desde Filipinas	Filipinas	17 al 21.11.14
Almuerzo de trabajo con importadores	Grecia	18.11.14
Seminario sobre el sector alimentos y degustación de vinos	Canadá	18.11.14
Almuerzo de trabajo con importadores de frutas frescas y secas	Argelia	23.11.14
Almuerzo de trabajo con importadores de alimentos	Portugal	26.11.14
Almuerzo de trabajo con importadores de vinos	Suiza	25.11.14
Degustación de vinos y frutas	Marruecos	4 .12.14

2. COMERCIO SUSTENTABLE

En Comercio Sustentable se realizaron las siguientes actividades:

2014	Comercio Sustentable	Ciudades o Mercados	Objetivos
Nº actividades de capacitación y/o Seminarios a nivel central o regional	12	Talleres, encuentros y seminarios en Arica, La Serena, Rancagua, Talca, Concepción, Valdivia, Frutillar, Santiago.	Dar a conocer las principales tendencias en comercio sustentable, y estrategias de adaptación a requerimientos específicos de mercados de exportación.
Nº proyectos de apoyo a la gestión	5	Presentación de productos sustentables en Emiratos Árabes, Estados Unidos, Malasia, Holanda y Francia.	Exhibición de productos alimenticios sustentables en mercados con alta demanda.

3. TURISMO

ProChile ha ayudado a la promoción del turismo a través de sus 53 oficinas comerciales y, también en conjunto con el Programa de Embajadas y Consulados. Durante 2014, las oficinas de ProChile apoyaron la labor de la Subsecretaría de Turismo, así como a Turismo Chile en sus actividades, incorporando al turismo en eventos de promoción comercial.

Por otro lado, también se lograron realizar actividades en mercados “no tradicionales”, pero de importancia para el sector a través de publicaciones, traída de medios y seminarios.

4. ALIANZA DEL PACÍFICO

El trabajo con la Alianza del Pacífico (AP) representa un desafío que compromete un trabajo conjunto de ProChile con otras instancias a nivel del Ministerio de Relaciones Exteriores. Las actividades que pueden ser destacadas en relación con la AP son las siguientes:

- 1) Mesa de trabajo/desayuno con 11 periodistas de medios especializados. Fue el primer evento conjunto de la AP en Turquía y su objetivo fue exponer y explicar a los medios locales lo que es la AP y las oportunidades de negocios en el bloque. Luego de esta reunión se publicaron al menos 11 artículos y noticias en la prensa.
- 2) Feria SIAL- China: Tuvo lugar del 13 al 15 de mayo pasado. Participaron seis empresas chilenas como expositoras. Además, se contó con un espacio exclusivo de la Alianza del Pacífico que fue inaugurado por los cuatro Embajadores de la AP y destacó la preparación en vivo y degustación de alimentos, bebidas y una muestra folclórica de los cuatro países. Como herramientas de promoción, se entregó la cartilla de oportunidades: “Pacific Alliance: Integration, Growth and Opportunities” (actualizada en su versión 2014) y un catálogo/directorio con la oferta exportable conjunta de las empresas participantes.
- 3) Feria de alimentos Seoul Food & Hotel 2014: Tuvo lugar del 13 al 15 mayo de 2014 y participaron siete empresas chilenas como expositoras. En la ceremonia oficial de apertura asistieron los cuatro embajadores de los países miembros de la AP. Las oficinas comerciales de la AP ofrecieron una muestra gastronómica y de bebidas típicas, preparada con alimentos de cada país que se encuentran disponibles en el mercado coreano.

- 4) Pacific Alliance Focus Day: Se realizó el 26 de junio de 2014 en los Países Bajos y consistió en un sseminario de oportunidades de negocios en los países de la AP. Participaron 26 empresarios holandeses y contó con un importante apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores de los Países Bajos.
- 5) Seminario “La Alianza del Pacífico: Nuevas perspectivas en los mercados en crecimiento de Latinoamérica México, Colombia, Perú y Chile”: Fue realizado en Alemania-Ludwigsafen, el 4 de junio de 2014 y participaron 35 empresarios alemanes.
- 6) II Macrorrueda de Negocios de la Alianza del Pacífico: Se llevó a cabo en Puerto Vallarta, México, los días 10 y 11 de junio de 2014. Participaron 622 empresas exportadoras e importadoras de los cuatro países de la AP. Se registraron 2.111 reuniones bilaterales y, de acuerdo a los informes entregados por los compradores, se generaron expectativas de negocios por más de 206 millones de dólares.

5. PROSPECCIÓN DE ÁFRICA

África ha tenido un importante crecimiento económico durante los últimos años. Por esta razón se ha decidido conocer mejor las oportunidades comerciales que presentan los países de ese continente, así como efectuar acciones de prospección y promoción comercial, que permitan aumentar la presencia de las empresas exportadoras chilenas en esos mercados. Para esto se efectuarán seminarios de difusión de las potencialidades de comercio con África³¹, así como visitas a ferias y misiones comerciales a esos países. Para cumplir con estos propósitos, en 2015 se abrirá una Oficina Comercial en conjunto con los países de la Alianza del Pacífico, en Casablanca, Marruecos. Además se tiene considerado participar en la Feria Internacional de Argelia y en la Feria SAITEX, en Sudáfrica. También se realizarán Misiones Comerciales a la región del Magreb (norte de África) y África Austral. Estas actividades serán difundidas a través de seminarios que se realizarán tanto en Santiago, como en regiones.

6. EXPO MILÁN

Entre el 1º de mayo y el 31 de octubre de 2015, tendrá lugar en la ciudad de Milán, Italia, la Expo Milán 2015. Se trata de una exposición universal que se lleva a cabo cada cinco años en alguna ciudad del planeta y que en esta oportunidad tendrá como lema y temática: “Alimentando el planeta, Energía para la vida”. El Gobierno de Chile aceptó la invitación que le fue cursada, con el fin de promover y publicitar a Chile, como parte de su política internacional, construyendo un Pabellón para dichos efectos.

Durante 2014, se avanzó en un gran porcentaje la construcción del edificio que alojará nuestro Pabellón. Asimismo, se está trabajando en los contenidos del mismo, para lo cual se han realizado cuatro reuniones del sector público, con el propósito de coordinar el trabajo de completar la agenda de actividades que se desarrollarán en este período. Por otro lado, se inició el proceso de reclutamiento de los anfitriones que participarán en la Expo. Esta actividad se está desarrollando tanto en Chile como en Milán.

³¹ *Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPECA ha opinado lo siguiente: “Sería interesante conocer una agenda preliminar”.*

IV. HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

1. FORMACIÓN EXPORTADORA

A través de este programa de asesoría y capacitación, entregamos herramientas que apoyan el desarrollo de capacidades y competencias en gestión empresarial, orientadas a la internacionalización de las empresas.

Las instancias de formación exportadora pueden darse en Chile, en el extranjero u online, según la etapa del proceso exportador en que se encuentre la empresa, y son una oportunidad para adquirir conocimientos sobre la proyección internacional de los productos y servicios.

Sus actividades se encuentran resumidas en el siguiente cuadro:

Actividades 2014	Cantidad (número de actividades)	Número de sesiones	Regiones en las que se realizaron
Talleres de Formación	18	34	III-VII-IX-XIV-XV-X-VI-VIII-XII-RM-V-I-II-IV
Talleres y seminarios de mercado	14		VI-RM-XI-X-VII-V-IV-XII
Coaching Emprendedor	2	12	RM
Coaching Exportador	6	72	V-VI-VIII-XIV-XI
Pre Internacionalizaciones	4	4	EE.UU-ESPAÑA-PERU,COLOMBIA-PANAMA
	44	122	

Asistentes por actividad a nivel nacional	
Talleres	1.349
Pre Internacionalización	86
Coaching	162
	1.597

Nota: Los asistentes corresponden a las empresas que pueden haber participado en más de una actividad de capacitación, o varias personas de una empresa asistieron a las actividades.

2. FERIAS INTERNACIONALES

Es la herramienta más importante que tiene el exportador chileno para mostrar sus productos y servicios en el mundo. Permite tener contacto directo con importadores, distribuidores, mayoristas y líderes de opinión y conocer tendencias del sector y la potencialidad de productos o servicios en cada mercado.

Desde 2011 a la fecha se ha logrado unificar la imagen de Ferias Internacionales, generando imagen país en todos los mercados donde participamos. Nuestros pabellones se han posicionado en el extranjero y hemos sido galardonados con premios de diseño, tales como el premio "Best Trade Stand" en la pasada feria Gulfood Dubái 2012.

En 2014 se planteó el desafío de implementar la nueva imagen dictada por la Fundación Imagen de Chile, respecto de la nueva marca país y el concepto “Chile País de Contrastes”, con resultados satisfactorios.

ProChile participó en 28 ferias internacionales en 2014, apoyando a un total de 374 empresas. La distribución de las ferias por mercado y sector se observa en el cuadro siguiente:

Mercado	N° Ferias	% Part.	Sector	N° Ferias	% Part.
América del Norte	8	28,6%	Alimentos	16	57,1%
América Latina	5	17,9%	Industrias	4	14,3%
Asia	7	25,0%	Multisectorial	1	3,6%
Europa	8	28,6%	Servicios	7	25,0%
Total	28	100,0%	Total	28	100,0%

3. SABORES DE CHILE

Es una de las herramientas más importantes de ProChile para la promoción de alimentos y bebidas chilenas en el extranjero. Consiste en una misión empresarial de promoción comercial para el rubro de alimentos y bebidas, que viaja a los distintos y potenciales mercados internacionales. Está dirigido a empresas exportadoras o con potencial exportador de los rubros frutas y hortalizas, pescados y mariscos, carnes, alimentos procesados, y bebidas a nivel nacional. Se realizaron tres rutas: Europa, Asia y América, específicamente en Madrid, Shanghái, São Paulo y Ciudad de México. Finalizaron el proceso un total de 99 empresas, participando efectivamente 92. Se lograron 1.283 reuniones de negocios con importadores o compradores locales.

TAMAÑO	SECTOR	ESPAÑA	CHINA	MÉXICO	BRASIL	TOTAL
GRANDE	AGRÍCOLA	4	6	3	4	17
	AGROINDUSTRIA	1	4	1	1	7
	PECUARIO	0	0	0	2	2
	PRODUCTOS DEL MAR	3	4	4	2	13
	VINOS Y LICORES	0	2	2	1	5
TOTAL GRANDE		8	16	10	10	44
PYME	AGRÍCOLA	7	2	3	4	16
	AGROINDUSTRIA	0	4	2	3	9
	PECUARIO	0	0	0	0	0
	PRODUCTOS DEL MAR	2	2	1	2	7
	VINOS Y LICORES	0	1	1	2	4
TOTAL PYME		9	9	7	11	36
MICRO	AGRÍCOLA	0	0	1	1	2
	AGROINDUSTRIA	1	0	0	0	1
	PECUARIO	0	0	0	0	0
	PRODUCTOS DEL MAR	1	1	1	0	3
	VINOS Y LICORES	0	0	0	0	0
TOTAL MICRO		2	1	2	1	6
SIN INFORMACIÓN	AGRÍCOLA	0	4	0	1	5
	AGROINDUSTRIA	1	1	3	1	6
	PECUARIO	0	0	0	0	0
	PRODUCTOS DEL MAR	0	1	0	1	2
	VINOS Y LICORES	0	0	0	0	0
TOTAL SIN INFORMACIÓN		1	6	3	3	13
TOTAL		20	32	22	25	99

Los resultados por Rutas se muestran en el siguiente cuadro:

SABORES DE CHILE 2014 (Empresas que efectivamente participaron)			
MERCADOS	EMPRESAS PARTICIPANTES	TOTAL REUNIONES AGENDADAS	REUNIONES PROMEDIO POR EMPRESA
ESPAÑA	19	275	15
CHINA	30	366	12
MÉXICO	21	292	14
BRASIL	22	350	16
TOTAL	92	1.283	14

4. CHILEAN WINE TOUR

Es una herramienta para la exportación y difusión del vino chileno en el extranjero con el objetivo de posicionar a Chile como un país de múltiples terroirs y productor de vinos de gran calidad. Se trata de una herramienta dirigida a empresas con capacidad exportadora y empresas exportadoras que cuentan con vinos embotellados, bebidas alcohólicas o aguas que estén: En búsqueda de importador y/o presentes en el mercado, buscando reforzar su presencia en el mercado.

Se realizaron cuatro rutas en Europa, Asia, América del Norte y América Latina. Los países en los que se desarrollaron las rutas fueron los siguientes: Rusia, Holanda, Polonia, Corea, Japón, Miami, México, Costa Rica, Colombia y Perú. Se registró una participación de un total de 91 viñas.

5. CONCURSOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Los concursos de ProChile tienen por finalidad apoyar a exportadores y empresarios con capacidad exportadora a desarrollar sus estrategias de internacionalización, mediante la asignación de recursos y asesoría en gestión.

El Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias (CPES) es un programa concursable creado para fomentar las exportaciones de alimentos frescos o procesados, productos forestales (Industria Primaria), a través del cofinanciamiento de los proyectos de estrategia de promoción de exportaciones, orientado hacia actuales exportadores, potenciales exportadores y asociaciones gremiales del sector silvoagropecuario.

En este ámbito, destacan los siguientes énfasis implementados en la versión 2014 de este concurso, conforme a las prioridades de esta gestión de ProChile: 1) Con el fin de enfatizar la importancia del trabajo con regiones se realizó el lanzamiento del Concurso Silvoagropecuario en la Región de Coquimbo (Observatorio Mamalluca, Vicuña). El de Industria y CONTACTChile se realizó en Santiago. 2) Se fomentó la asociatividad como una manera de aumentar el impacto económico de los recursos públicos comprometidos en los concursos y se benefició a las pymes con un mayor porcentaje de cofinanciamiento.

CUADRO RESUMEN CONCURSOS PROCHILE

	Silvo Agropecuario	Productos del Mar	Industrias y Servicios	CONTACTChile	Marcas Sectoriales	Totales
Proyectos Postulados	815	94	277	161	8(*)	1.355
Nº de proyectos financiados	367	31	43	29	11(**)	481
Montos públicos concursados	\$4.757.635.867	US\$250.000	US\$500.000	US\$500.000	\$1.752.339.847	US\$13.721.218

(*) Número de proyectos postulados a recursos 2014-2015 hasta abril (se estima postulen 3 proyectos durante el resto del año) (**) Total de proyectos financiados con recursos comprometidos 2014 hasta abril: 7 bianuales aprobados el 2013 y 4 nuevos.

V. GESTIÓN SUBDIRECCIÓN DE MARKETING, COMUNICACIONES Y MARCAS DIRECON - PROCHILE

Entendiendo que la Direcon es la encargada de generar las condiciones de acceso a mercados internacionales y ProChile su brazo operativo en relación con las empresas que quieren aprovechar estas condiciones y exportar sus productos, esta administración tomó la decisión estratégica de unir el área de Comunicaciones y Marketing de Direcon y ProChile, que trabajaban de forma separada en la anterior administración.

Esta unión, significó vincular y hacer un trabajo que potenciara las sinergias de estas dos áreas. La primera acción fue rediseñar el sistema gráfico y de promoción teniendo en cuenta los focos principales tanto de Direcon como de ProChile.

En el caso de Direcon estos focos trabajados fueron:

- Dar a conocer el rol e impacto del trabajo en la economía del país y en la vida de los chilenos;
- crear un vínculo más cercano con la ciudadanía;
- simplificar el lenguaje, acercarlo a la gente;
- tangibilizar los resultados del trabajo de la institución;
- conectarse/posicionarse como entidad premium ante audiencias especializadas a nivel internacional.
-

En el caso de ProChile:

- Fidelizar a nuestros actuales exportadores;
- Incluir pymes exportadoras que no han exportado y que tienen potencial para hacerlo.
- construir un canal de comunicación y de difusión de los servicios a las pymes.

Además, durante 2014, el trabajo de la Subdirección ha apuntado a posicionar a las nuevas autoridades, lograr su acercamiento con la ciudadanía y resaltar el trabajo de ambas instituciones en beneficio de los chilenos.

1. MARKETING

El área de Marketing desarrolla un trabajo multidimensional que abarca las áreas nacional, internacional, institucional e interna.

1.1 NACIONAL

La nacional tiene como misión posicionar y visualizar a ProChile como la entidad experta en promoción de bienes y servicios chilenos entre exportadores y potenciales exportadores en base a la oferta de herramientas y servicios que ofrece la institución.

Principales acciones 2014:

- 42 talleres, cursos y seminarios
- 1 convocatorias Concurso Silvoagropecuario
- 1 convocatorias Convocatoria Industrias y Servicios
- Celebración de los 40 años de ProChile (Santiago, Antofagasta, Frutillar)
- Más de 700 asistentes y 470 reuniones de negocios}
- Diseño e implementación Pabellón 40 años Plaza Bulnes
- Avisos de prensa
- Frases radiales
- Actualizaciones Sitio web para exportadores
- Nueva versión ficha ProChile
- Nuevo diseño Stand Prochile
- Nuevos Elementos de Merchandising
- Trailer Campaña "El mundo de Rolando"
- Capacitaciones personal regional
- Presentación ProChile

Resultados:

- Trabajo de convocatoria en coordinación con el área nacional (Online: mailing, pie de firma, trabajo BD, Banners, publicación Sitio Web) (Offline: envió de material de merchandising y apoyo)
- Plan de Marketing para lanzamiento de Concursos (Online: Invitaciones, Publicación de resultados, Diseño de Minisitios, Pie de firma) (Offline: Material de Merchandising, Avisos en Prensa, Avisaje en radio, organización eventos de Lanzamiento,)
- Conceptualización y Producción de Eventos (Online: Desarrollo de minisitios del evento, Invitaciones, Salvapantallas, Streaming) (Offline: Conceptualización del evento, Propuestas de contenidos del evento, definición de speakers nacionales e internacionales, Diseño del lay-out del evento, producción y logística, elaboración del guion técnico y animador, entre otros.)
- Desarrollo y elaboración de Material y plataformas digitales para cada punto de contacto
- Desarrollo de campaña comunicacional y capacitaciones para visualizar la gestión institucional

1.2 INTERNACIONAL

La dimensión internacional apunta a posicionar a Chile y su oferta exportable entre compradores, líderes de opinión y stakeholders en el extranjero, mediante acciones promocionales y relacionales alineadas a la estrategia de marca país, a través del desarrollo de estrategias para la implementación de las actividades internacionales.

Principales acciones 2014:

- 4 Sabores de Chile
- 28 Ferias Internacionales
- 10 Chilean Wine Tour
- Actualización Sitio web para importadores
- Elementos de Merchandising
- Presentación de Chile
- Plataforma de envío de *mailings* internacionales (autonomía OFICOMS)
- Más de 15 minisitios

Resultados:

- Ajustes a las herramientas, Sabores de Chile, Chilean Wine Tour y Ferias Internacionales en base a los nuevos lineamientos
- Incorporación de nuevos materiales y se potenció la cena de Sabores de Chile transformándola en una experiencia sensorial.
- Elaboración de gráficas apoyando la estrategia de comunicación digital para las oficinas comerciales
- Trabajo de convocatoria y producción en coordinación con el departamento de Ferias y Eventos Internacionales. (Online: Save the date, Invitación digital Ruedas de Negocios, Invitación Digital Cena, Invitación Digital Seminarios, Pie de Firma, Banners promocionales, Difusión convocatoria sitio web , Difusión convocatoria redes sociales, Videos Cena (sólo Sabores de Chile), Videos sinfín promoción Chile , Fondos de Pantalla) (Offline: Invitación Impresa Rueda de Negocios, Invitación Impresa Cena, Invitación Impresa Seminarios, Gigantografía, Pendones, Credenciales, Lanyards, Góndolas, Programas, Toblerones, Menú Cena (sólo Sabores de Chile), Recetario (sólo Sabores de Chile), Pecheras, Vestimenta Chef (sólo Sabores de Chile), Merchandising
- Desarrollo y elaboración de Material y plataformas digitales enfocados en mercados internacionales

1.3 INSTITUCIONAL

Esta dimensión comprende desarrollar canales e instancias de coordinación y comunicación entre las distintas entidades de Gobierno, de manera de trabajar alineados bajo los objetivos comunicar el rol como estado hacia la ciudadanía a nivel nacional y contribuir al posicionamiento de Chile en el exterior a nivel internacional.

Principales acciones 2014:

- Coordinación constante con Fundación Imagen de Chile
- Reuniones de coordinación con distintas entidades de Gobierno, Asociaciones y Gremios para el desarrollo conjunto de actividades (por ejemplo: EXPONUTS con ASOEX, Arriba mi Pyme con Corfo, entre otros)
- Coordinación con Presidencia y Ministerio de RR.EE. para el apoyo de Giras Presidenciales.
- Coordinación las agencias de Promoción de la Alianza del Pacífico (Colombia, México, Perú)

- Coordinación y apoyo en acciones conjuntas con Ministerio de Agricultura, Medio Ambiente, IND, Turismo Chile, Sernatur, ASECH, StartUp Chile, Comité de Inversiones, Consejo de la Cultura, Armada de Chile

Resultados:

- Actividades promocionadas por ProChile
- Presencia de marca ProChile en actividades nacionales e internacionales de otras instituciones
- Apoyo en logística y producción en firmas de convenios

1.4 INTERNA

El objetivo aquí es entregar lineamientos y dar el soporte adecuado a las acciones de promoción y comunicación en base a los requerimientos de las distintas áreas de la institución, velando por el posicionamiento de la marca en cada punto de contacto con el cliente nacional e internacional. Además apoyar el que hacer de DIRECON y sus Directores (voceros) a nivel nacional e internacional.

Principales acciones 2014:

- Desarrollo de los lineamientos gráficos de la institución
- Apoyo gráfico de comunicados internos y envíos
- Diseño de plantillas de comunicados informativos como InfoGestión, InfoActualidad, Informe de Comercio Exterior, entre otros.
- Elaboración y envío de mailings internos y externos
- Apoyo de todas las actividades internas de la institución (Ejemplo: Campaña Sustentabilidad, Producción de actividades)
- Desarrollo de la estrategia de posicionamiento de la Institución a nivel nacional para posicionarla como la entidad experta en materia de relaciones económicas internacionales
- Diseño de plantillas de comunicados internos
- Elaboración de nuevos productos a partir de la información del Departamento de Estudios enfocados en la ciudadanía
- Establecer el canal online como el principal medio de información con la institución
- Desarrollo y elaboración de material gráfico y audiovisual y plataformas digitales e intranet
- Asesoría y apoyo gráfico para las comunicaciones Internas

Resultados:

- Envío de 86 mails internos
- Manual de Marca
- Sitio Normas Gráficas
- Memoria ProChile
- Presentaciones Director y Subdirectores
- Layout oficinas (cuadros, etc.)

- Vestimenta Oficinas Regionales
- Mantención de material promocional mínimo en Oficinas Regionales y Comerciales
- Mantención de inventario de materiales
- Minisitio Derechos y Obligaciones Funcionarios DIRECON
- Actualización sitios web
- Trabajo en gráficas de redes sociales
- Apoyo a más de 12 Eventos Nacionales e Internacionales (Ejemplos: Rondas de Negociación Alianza del Pacífico, Seminario OECD, Workshops APEC, entre otros)
- Diseño gráfico de Publicaciones (ejemplos: Guía para el exportador, Instrumentos de Responsabilidad Social Empresarial, etc.)
- Desarrollo e implementación de diseños de productos para el Departamento de Estudios
- Material básico de promoción (carpetas, blocks, pendrives, sobres, totems, etc.)

2. COMUNICACIONES

En 2014 duplicamos la presencia de la institución en los medios nacionales y aumentamos significativamente su cobertura internacional, marcada especialmente por las visitas de nuestras autoridades a distintos mercados y las más de 400 actividades realizadas en el exterior, como participación en ferias, Sabores de Chile, CWT, misiones empresariales, workshops más un centenar de actividades organizadas por las Oficinas.

2.1 DIRECON

La cobertura generada hacia la **Direcon** nos permitió abordar una amplia gama de temas que además de la información técnica de comercio exterior y acuerdos comerciales, incluyó tópicos nuevos: cambio climático en materia comercial; certificación de origen electrónica; cadenas globales de valor; pymes, etc. Los temas de mayor cobertura fueron:

- La estrategia de apertura del TPP y la implementación del Cuarto Adjunto;
- La propuesta de convergencia de la Alianza del Pacífico con Mercosur y el Seminario realizado el 24 de noviembre;
- Las oportunidades y expectativas en mercados más exóticos como Rusia e Indonesia;
- Aperturas de nuevos mercados y nuevos productos;
- Reportajes de comercio exterior en los aniversarios de independencia de distintos países;
- Inclusión de columnas de opinión del Director de Direcon en distintos medios de comunicación impresos, portales y medios extranjeros.

EN CIFRAS

En total, en 2014 se publicaron en medios escritos, radio, TV y portales electrónicos:

- **764** publicaciones
- 26 columnas de opinión (vocero principal Director General, Andrés Rebolledo).
- con una valorización referencial de **\$ 438.387.115**.

2.2 PROCHILE

El trabajo de **ProChile** fue muy intensivo en la difusión de actividades (más de 400) y herramientas de promoción (Sabores, CWT, etc.), con un relato orientado hacia lograr la incorporación de más empresas a las exportaciones nacionales, principalmente pymes. La labor 2014 incluyó la contratación de agencias, la realización de viajes de prensa, cobertura nacional e internacional de eventos, elaboración de comunicados y gestión de entrevistas, entre otras acciones de prensa.

Las 15 Oficinas Regionales de ProChile fueron apoyadas tanto desde Santiago como en terreno, con viajes de periodistas para cubrir actividades específicas y con un periodista basado en Concepción.

A nivel nacional, además, se llevó a cabo un fuerte trabajo de diversificación de los medios de comunicación y sus formatos. Es así como, se ha fortalecido la presencia en programas de radios y tv y diarios de distintos tamaños y públicos. El objetivo, dar a conocer el trabajo de la institución a las personas de diferentes puntos del país y principalmente a nuevos potenciales exportadores.

EN CIFRAS

En total, en 2014 se publicaron en medios escritos, radio, TV y portales electrónicos nacionales:

- **4.053** publicaciones
- con una valorización referencial de **\$ 1.845.130.074**.

2.3 AGENCIAS

Para expandir el alcance del trabajo, en 2014 se contrataron en los mercados claves, siete agencias de comunicaciones y tres periodistas:

- China (Agencia)
- España (Agencia)
- Polonia (Agencia)
- Francia (Agencia)
- México (Agencia)
- Brasil (Agencia)
- Perú (Agencia)
- Reino Unido (periodista)
- Tailandia (Periodista)
- Colombia (Periodista)

En los contratos con agencias se invirtieron cerca de US\$ 140.996, recibiendo un retorno en publicaciones estimado en **US\$ 5.107.914**. Para el caso de los periodistas, se invirtió US\$ 16.000, recibiendo un retorno publicitario superior a los **US\$ 247.421**.

2.4 VIAJES DE PRENSA

En 2014 efectuamos 10 viajes de prensa extranjera a Chile y 3 viajes de prensa nacional al extranjero, para registrar el trabajo de la institución en el mundo. En total, **25** periodistas extranjeros especializados en gastronomía, turismo, industria y economía, y **6** profesionales chilenos. Los mercados abordados fueron España, Rusia, Malasia, China, México, Brasil, EE.UU., Filipinas, Panamá, República Dominicana, Costa Rica, Nicaragua, Holanda y México. Las publicaciones producto de estas visitas han significado un retorno publicitario estimado en **US\$2.243.821**.

3. MARCAS SECTORIALES

Marcas Sectoriales es un programa de ProChile que busca apoyar a los sectores productivos chilenos a través del diseño, implementación y fortalecimiento del posicionamiento internacional de marcas sectoriales representativas de industrias que contribuyen a la imagen de Chile en el exterior. Invita a los distintos sectores a presentar sus proyectos de manera asociativa, de acuerdo a las bases que regulan este proceso. En ellas se definen los aspectos técnicos y administrativos a los cuales deberán sujetarse quienes quieran participar para acceder a los beneficios que ofrece el programa.

La construcción de marcas sectoriales genera una serie de beneficios para las empresas, particularmente para aquellas de menor tamaño, dado que se establecen bases comunes para el trabajo de promoción y difusión de exportaciones, así como para la atracción de inversiones.

El Programa de Marcas Sectoriales es un ejemplo elocuente de cómo los diversos sectores pueden trabajar asociativamente para potenciar la imagen de Chile como proveedor confiable de productos y servicios en el mundo.

- Durante el año 2014, Marcas Sectoriales cofinanció 13 proyectos, correspondientes a las siguientes marcas: *Chile Manufactura, Shoot in Chile, Walnuts from Chile, Prunes from Chile, Cinema Chile, Patagonia Mussel, Learn Chile, Chile Pork, Wines of Chile, Fruits from Chile, Chile Biotech, Chile Olive Oil, Salmón de Chile*.

ACTIVIDADES PRINCIPALES

Dentro de las actividades realizadas durante el año, se destacan:

- Lanzamientos de las siguientes marcas sectoriales:
 - **Learn Chile** en San Diego-Estados Unidos, realizado en el marco de la feria Nafsa, principal feria de movilidad estudiantil
 - **Patagonia Mussel** en China en el marco de la Feria *China Fisheries* en Shanghái y Qingdao, y
 - **ChileEngineering** en Bogotá-Colombia, en un evento junto a las principales asociaciones de la industria de ese país.
 - **Azeite de Oliva do Chile** en la ciudad de Sao Paulo, Brasil, en un evento realizado en conjunto con ProChile

Otras actividades realizadas:

- **Fruits from Chile:** En 2014 la marca estuvo en Emiratos Árabes Unidos, específicamente en la feria WOP Dubái. Además, inició el desarrollo de su estrategia en medios online, lo que permitirá difusión de la marca a través de redes sociales durante el 2015.
- **Prunes from Chile:** En 2014 comenzó la segunda fase de la marca sectorial, con el proyecto "Campaña de Promoción de la ciruela deshidratada por medio de la Marca Sectorial Prunes from Chile, en China, México e Inglaterra", con una duración de 18 meses y liderado por Chile Prunes A.G.
- **Walnuts from Chile:** En 2014 comenzó la tercera fase de la marca sectorial, con el proyecto "Campaña de Promoción de la Nuez Chilena por medio de la Marca Sectorial Walnuts from Chile, en Corea, China y Europa", con una duración de 18 meses y liderado por la Chilean Walnut Commission.
- **Cinema Chile:** La marca se ha consolidado durante sus primeros años de implementación, participando y promoviendo las creaciones y autores chilenos en los principales festivales de cine en Europa, Estados Unidos y América Latina. Entre las acciones que se han realizado desde que existe esta marca, destacan la presencia de CinemaChile en festivales como Berlinale, Guadalajara, Cannes, Fidocs, Toronto, Mipcom, FICVALDIVIA, IDFA y Ventana Sur.

RESULTADOS

En cuanto a los resultados logrados, se destacan los siguientes:

Salmón de Chile en Brasil

- Más de 22 millones de personas contactadas a través de publicaciones en prensa
- Más de 300.000 seguidores activos en la fanpage de Facebook
- Degustaciones en más de 300 salas de supermercados en Sao Paulo y Rio de Janeiro
- Aumento promedio de 20% anual en exportaciones de salmón a Brasil en los últimos 4 años

Wines of Chile

- Durante el año 2014 las exportaciones de vino embotellado, crecieron un 4,8% en valor, con un precio estable de US\$ 30,2. China, Brasil y Japón son los mercados que han incrementado su demanda de vino embotellado, explicando el crecimiento de la industria con un 30%, 26% y 24%, respectivamente.

En China

- Se ubicó a Chile en las redes sociales, posicionando a la categoría como un producto premium
- Se integró y coordinó exitosamente a las viñas chilenas, en torno a la estrategia digital diseñada para este mercado

- Los consumidores chinos hoy día están más familiarizados con los vinos chilenos
- Más de 814 mil tweets que hablaron del vino chileno
- 2 a 3 preguntas promedio al día sobre los vinos chilenos
- Más de 210.299 visitas a la página web de WoC China
- 48 bloggers contactados

En Brasil

- + de 27.000 likes/ 26,000 visualizaciones promedio y 504 interacciones diarias a través de la fanpage de Facebook

En USA:

- Contratación de banners en los principales sitios web orientados al on trade:
Snooth: 1.500.000 visitas al mes
ISante Magazine Online: 100.000 visitas
Food and Beverage Magazine: 500.000 visitas

Patagonia Mussel en Brasil

- Aumento de 200% en exportaciones de mejillones a Brasil en los últimos 2 años Walnuts from Chile en Corea
- Aumento de 78% en exportaciones de nueces chilenas al mercado coreano de 2013 a 2014

Prunes from Chile en China

- Aumento de 36% en exportaciones de ciruelas deshidratadas a China de 2013 a 2014

Chile Pork en China

- Ingreso de carne de cerdo chilena al mercado chino, con un aumento acumulado de 127% de 2013 a 2014

Cabe destacar también el trabajo interno que realizó Marcas Sectoriales durante el 2014, logrando culminar un proceso de revisión, análisis y actualización de las Bases de postulación al concurso y constituyendo el Consejo Asesor de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales para Marcas Sectoriales, con el nombramiento de los nuevos consejeros según las instituciones definidas en el Decreto Número 1/2011. INAPI se integró oficialmente al Consejo a partir de la modificación del Decreto durante ese mismo año.

4. PROYECTO WEB Y REDES SOCIALES

Acorde a los tiempos actuales, la institución trabaja cada día para fortalecer su presencia en medios sociales. En 2014 se hizo una evaluación de la situación actual de la presencia en redes como twitter, Facebook, linkedin, youtube y otras, estableciendo la necesidad de desarrollar una nueva estrategia digital. En este periodo se establecieron los lineamientos de dicha estrategia y se hizo una amplia licitación para contratar a una agencia que implemente y nos ayude a desarrollar y poner en marcha esta estrategia, así como a implementar distintas activaciones para apoyar la labor de la institución.

- Las redes sociales de Direcon han jugado un rol importante en cuanto a la difusión de las actividades institucionales y los distintos productos que la institución genera, como acuerdos comerciales, estudios y artículos de prensa. Es así como el 2014 ha sido un año positivo en cuanto al crecimiento de su presencia en Twitter, alcanzando los **4.105 seguidores**, lo que representa un aumento de un 95% con respecto al año anterior.
- Otro hito destacable es la consolidación del proyecto web de Direcon, que ha sido mejorado con el objetivo de contar con una plataforma más amigable y con énfasis en las redes sociales, como una herramienta que permite mantener comunicación directa con la ciudadanía. Uno de los proyectos importantes del año ha sido el desarrollo del subsitio web del Cuarto Adjunto (TPP), con el fin de poner a disposición de los usuarios información relacionada con la negociación del acuerdo. Otra iniciativa destacada ha sido el desarrollo del sitio web de Certificación de Origen, que busca reunir en un solo lugar toda la información que los exportadores necesitan para realizar este trámite de manera eficiente, permitiéndoles acceder a los beneficios arancelarios que contempla cada acuerdo comercial.
- En ProChile se ha implementado una estrategia global de comunicación digital para dar a conocer el rol y las oportunidades que la institución ofrece a través de su presencia en todas las regiones del país y en más de 40 mercados internacionales. Siguiendo esta línea ha buscado ser un canal de comunicación cercano con los empresarios y emprendedores, exportadores o con potencial exportador, informando e incentivando sobre las oportunidades que tienen en el mundo. En 2014, el crecimiento de la cuenta nacional de ProChile en Twitter (@prochile) ha sido de 28%, por lo que hoy en día tiene la posibilidad de llegar a 52 mil usuarios directos.
- La suma de todos los seguidores de las redes sociales de Direcon y ProChile permite inferir que sus contenidos llegan a cerca de **60 mil usuarios al día** (volumen de comunidades), creciendo 67% con respecto a igual período del año anterior (36 mil usuarios).
- En términos de consumo, los contenidos han sido visualizados 2 millones 300 mil veces (cantidad de ocasiones que los usuarios en redes sociales vieron los contenidos publicados por Direcon y ProChile).

5. CELEBRACIÓN DE LOS 40 AÑOS DE PROCHILE – ENCUENTROS EXPORTADORES

ProChile realizó tres encuentros Exportadores en las ciudades de Santiago, Antofagasta y Frutillar.

5.1 SANTIAGO

Asistentes Inauguración	Pabellón		Ruedas de Negocios			
	Regiones	Marcas Sectoriales	Reuniones	Empresas	Importadores	Agregados Comerciales
200	15	15	253	82	--	4

- El 13 de octubre en la Plaza de la Cultura, ante más de 200 personas del mundo público, político, empresarial y gremial, se inauguró el Pabellón ProChile.
- Contó con la presencia y participación de S.E. la Presidenta de la República, Michelle Bachelet; el Ministro de Relaciones Exteriores, Herald Muñoz; el Ministro de Agricultura, Carlos Furche; el Director General de Relaciones Económicas Internacionales, Andrés Rebolledo; el Director de ProChile, Roberto Paiva; y funcionarios del Servicio.
- Se premió a la empresa exportadora Sociedad Vitivinícola de Sagrada Familia S.A. la que representó el espíritu y valores promovidos por la institución: seriedad, confiabilidad, compromiso con los consumidores y con sus trabajadores. Dentro del Pabellón se mostró la oferta exportable por región y además se instaló una muestra de productos y material de difusión de marcas sectoriales, quienes además aportaron en el cóctel que se realizó para todos los asistentes. Las Marcas Sectoriales que estuvieron presentes fueron: *Learn Chile*, *Salmón Chile*, *Walnuts from Chile*, *Prunes from Chile*, *Wines of Chile*, *Chile Pork*, *Chile Biotech*, *Chile Manufactura*, *Cinema Chile*, *Fruits from Chile*, *Chile Olive Oil*, *Patagonia Mussels*. Las empresas involucradas fueron: *Andes Mountain Water*, *Chili from Chile*, *Mickelsen*, *Native for life*, *Domo Foods*, *Alma Sol*, *Ona Gourmet* y *Tamaya Gourmet*.
- En la Rueda de Negocios realizada en la Región Metropolitana se desarrollaron 253 reuniones bilaterales que beneficiaron a 82 pymes.

El video de la actividad puede ser visto en el siguiente link:

<https://www.youtube.com/watch?v=cUDbiJlqH2U&feature=youtu.be>

5.2 ANTOFAGASTA

Asistentes Seminario	Rueda de negocios					
	Reuniones	Empresas	Importadores	Agregados Comerciales	Encargado Sectorial	Jefe Mercado
300	190	39	11	4	2	2

- El Encuentro de Negocios “Innovación Exportadora para Proveedores de la Minería”, se realizó el 14 de octubre en el Hotel Enjoy, Antofagasta. Se realizó un Seminario al cual asistieron alrededor de 300 personas y en su inauguración participaron el Ministro de Relaciones Exteriores, Sr. Herald Muñoz; el Intendente de Antofagasta, Sr. Valentín Volta Valencia; y el Director de ProChile, Sr. Roberto Paiva.

- Luego se dio paso a un panel de conversación denominado “El ecosistema exportador: Visión y aporte de las instituciones públicas y privadas”, para seguir con el expositor internacional David Parker, canadiense experto mundial en innovación y sustentabilidad para la minería.
- En el mismo seminario, los agregados comerciales de ProChile en Colombia, México y Perú, analizaron los casos de éxito de la Región, junto a las experiencias de internacionalización de las empresas proveedoras Metal Tools, Arcotex y Bezanilla y Cía., que hoy están exportando a mercados latinoamericanos como Perú, México y Colombia gracias al apoyo de ProChile.
- Se entregó el premio “Exportador Innovador” a las compañías Aguamarina y Neptuno en las categorías Pyme y Empresa Consolidada, respectivamente, como reconocimiento a su exitosa estrategia de diferenciación e innovación en los mercados externos.
- Terminado el seminario se dio paso a las Ruedas de Negocio donde se realizaron 190 reuniones, y que contaron con la participación de 39 empresas exportadoras y con potencial exportador de la zona centro-norte del sector proveedores para la minería, las que se reunieron con 11 importadores internacionales de Colombia, Perú, Argentina y México. Además de reunirse con los encargados sectoriales, de mercados y 4 agregados comerciales de ProChile.
- Finalmente, el día culminó con la realización de una Pasarela de la Innovación: Pasarela de modas en las Ruinas de Huanchaca ante la presencia de más de 150 personas. En esta actividad se mostraron los nuevos y sofisticados usos que se puede dar al cobre. Los diseñadores chilenos fueron Luz Briceño y Claudio Mancilla.

El video de la actividad puede ser visto en el siguiente link:

https://www.youtube.com/watch?v=2N_M6yhMLyE&feature=youtu.be

El video de la Pasarela realizada en Antofagasta puede ser visto en el siguiente link:

<http://prochile40.photoshelter.com/gallery/Pasarela-de-Innovacion/G0000ILNP0K22QdA>

(contraseña: aniversario).

5.3 FRUTILLAR

Asistentes Seminario	Rueda de negocios			
	Reuniones	Empresas	Importadores	Agregados Comerciales
400	249	65	18	4

- El Encuentro de Negocios “Sustentabilidad para mejorar la Competitividad Exportadora” se realizó el 16 de octubre de 2014 en el Teatro del Lago, Frutillar.
- Asistieron más de 400 personas. La apertura del Seminario estuvo a cargo de la cantante Mapuche Beatriz Pichimalén y contó con la presencia y participación del Ministro de Agricultura, Sr. Carlos Furche; del Director General de Relaciones Económicas Internacionales, Sr. Andrés Rebolledo; y del intendente de la región, Sr. Nofal Abud.
- Christian Felber, expositor internacional, expuso sobre su teoría de la “Economía del Bien Común”, que es un sistema que aboga por un régimen económico basado en principios sociales como la confianza, la cooperación, la solidaridad y el compartir.
- El panel de conversación sobre “Promoción y marketing en las exportaciones: Casos exitosos”, dio a conocer experiencias de sustentabilidad exportable en la Región de Los Lagos: Pedro Ovalle, de Patagonia Mussel, “Construyendo una marca, obstáculos y desafíos”; Sergio Vásquez, de Mawün Waters, “Promoción y marketing empresarial, una mirada exportadora”; y Katherine Noack, “Marketing sustentable”. Se entregó el premio “Exportador Sustentable” en dos

categorías: gran empresa y pyme, Cooperativa Campesina Apícola Valdivia Ltda. y Sociedad Industrial y Exportadora Salus Futacoyan Ltda, respectivamente.

- Posteriormente en las Ruedas de Negocios, se realizaron 249 reuniones bilaterales en total, en las que los exportadores participantes sostuvieron reuniones con 18 importadores provenientes de distintos países de América, Asia y Europa. Asimismo, participaron 4 agregados comerciales y 65 empresas exportadoras y con potencial exportador de la zona sur-austral, de los sectores agropecuario, productos del mar y proveedores acuícolas.

El video de la actividad puede ser visto en el siguiente

link: <https://www.youtube.com/watch?v=JJ2Dz02nBSI&feature=youtu.be>

5.4 COBERTURA DE PRENSA

Entre el 13 y el 19 de octubre se publicaron 94 menciones en prensa entre entrevistas, notas de prensa, artículos, entrevistas radiales y notas de televisión. De ellas 52 fueron en medios nacionales, 28 en regionales y 14 en internacionales. Además hubo 63 tuits alusivos, 228 retuits y 78 favoritos. Más información puede ser consultada en: <http://www.prochile.gob.cl/40/>

IV DESAFÍOS EL 2015

Los desafíos para 2015 de ProChile se estructuran conforme a las prioridades de la gestión del servicio y según el siguiente esquema:

1. TRABAJO CON PYMES

- Aumentar el número de empresas pymes exportadoras, especialmente de los sectores de industrias y servicios.
- Fortalecer el apoyo a la pequeña y mediana empresa en su proceso de internacionalización, a través de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios.
- Fomentar la incorporación de las pymes en el proceso de postulación a los concursos.
- Lograr una mayor cobertura de empresas pymes en el programa de capacitación.
- Enfocar el trabajo y esfuerzo de las oficinas comerciales y departamentos geográficos en Santiago en las pymes no exportadoras.
- Identificar nuevos importadores con el fin de aumentar las redes de contacto, especialmente en sectores de industrias y servicios, con el fin de facilitar la incorporación de nuevas pymes al proceso exportador.
- Realizar actividades de promoción en Chile de las oportunidades en los distintos países en conjunto con entidades gremiales, orientadas a pymes y nuevos sectores.
- Integrar a nuevas y más pymes en los instrumentos de promoción de ProChile.

2. CENTROS PYME EXPORTA

- Comenzar a operar los 15 Centros PYME EXPORTA en cada una de las regiones de Chile.
- Desarrollar una atención especializada y eficiente a las pymes no exportadoras del sector industria y servicios.

- Desarrollar una estrecha coordinación con los futuros Centros de Desarrollo Empresarial que implementará SERCOTEC, así como con los diferentes programas de fomento productivo de CORFO.
- Incrementar las agendas comerciales con importadores, incluyendo un mayor número de pymes exportadoras y con potencial exportador.

3. AMÉRICA LATINA Y MERCADOS INTERNACIONALES

- Diversificar la matriz de productos y servicios que llegan a las distintas zonas geográficas, con un mayor detalle de la oferta exportable, con énfasis en sectores de industrias y servicios.
- Aumentar las exportaciones, diversificando los mercados de destino.
- Identificar tendencias y nichos de mercado.
- Seguir posicionando a la industria vitivinícola chilena en los mercados internacionales, destacando las bondades de nuestros vinos y mostrando una oferta de alta calidad, diversa y sustentable.
- Expo Milán:
- Para 2015 las agencias de promoción de exportaciones de la Alianza del Pacífico (ProMéxico, ProColombia, PromPerú y ProChile) continuarán avanzando en la integración comercial de los países, así como profundizar su presencia comercial en el Asia. Para esto se trabajará en la tercera versión de la Macro Rueda de Negocios, que se efectuará en Perú, en junio de 2015.

4. ASOCIATIVIDAD

- Incentivar la presentación de proyectos empresariales asociativos en las regiones extremas.
- Continuar avanzando en el análisis conjunto de las políticas en materias de exportaciones, de tal forma de facilitar coordinadamente el proceso de internacionalización de los sectores asociados.
- Continuar con la realización de los Consejos Regionales Exportadores.
- Fomentar la presentación de proyectos asociativos en los concursos de ProChile.

5. REGIONES

- Aumentar y diversificar las exportaciones regionales.
- Trabajar en el desarrollo de capacidades de las empresas exportadoras regionales o con potencial exportador, a través de la implementación de los instrumentos de ProChile, con énfasis en la ejecución de talleres sectoriales y de mercado.
- Desarrollar e implementar un programa con el segmento AFC, Artesanía y Turismo Rural, en conjunto con las regiones del país, de modo de colaborar con este sector en su proyección hacia mercados internacionales.

6. DESAFÍOS INSTITUCIONALES

- Realizar mejoras continuas en la plataforma de postulación y evaluación de los concursos.
- Mejorar el plan de capacitación ProChile, en lo que se refiere herramientas, contenidos dinámicas y seguimiento.
- Un trabajo conjunto y coordinado entre los sectorialistas y las oficinas regionales, como también con los supervisores de proyectos de los concursos Silvoagropecuario, Industrias y Servicios, con la finalidad de lograr un trabajo más alineado, enfocado en la optimización de recursos humanos y económicos.
- Obtención de información sobre la oferta de servicios: industrias culturales, ingeniería, arquitectura, universidades y de Industrias: vestuario, madera, insumos farmacéuticos, etc.
- Llevar a cabo iniciativas de desarrollo e internacionalización de sectores como Industrias, agricultura familiar campesina y servicios.
- Aumentar el número de clientes del sector servicios.
- Asimismo, dar cumplimiento a los PMG correspondientes a 2015 conforme al cuadro siguiente:

FOCO	NOMBRE INDICADOR	DESCRIPCIÓN/OBJETIVO	META 2015
PYMES	Número de empresas pymes exportadoras que ingresan al proceso exportador respecto del año 2012	Aumentar el número de empresas pymes exportadoras (se tomará el año 2012 como base). Tendrá un aumento gradual, iniciando en 2015 con 100 empresas.	13.6%
COBERTURA	Porcentaje de participación de clientes exportadores ProChile año t sobre el total de exportadores nacionales año t	Mide el número de exportadores que trabajan con ProChile.	24%
SERVICIOS	Porcentaje de participación de clientes del sector servicios año t sobre el total de clientes de ProChile año t	Aumentar el número de empresas del sector servicio (no necesariamente exportadoras) que trabajan con ProChile.	10%
SATISFACCIÓN	Porcentaje de clientes de ProChile satisfechos en el año t respecto del total de clientes de ProChile encuestados en el año t (*)	Mide el grado de satisfacción de los clientes de ProChile con el servicio recibido.	80%

(*) El porcentaje de clientes satisfechos se mide anualmente.

ANEXO: COMPLEMENTO DE INFORMACIÓN

ACTIVIDADES AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA 2014

Misión Apícola VIII Región al mercado argentino:

Esta actividad estuvo orientada a conocer la experiencia y manejo integrado del ácaro Varroa, destructor de la miel. Consistió en un intercambio de experiencias entre productores chilenos y argentinos en el ámbito comercial. Hubo 11 postulaciones totales y participaron cinco productores apícolas de la VIII Región y representantes de asociaciones del sector.

Misión sector hortofrutícola - Agricultura Campesina:

El objetivo de esta actividad fue conocer los mecanismos de coordinación público-privada de la cadena agrocomercial de las hortalizas en Brasil, con el fin de detectar modelos de gestión y negocios que pudieran ser replicables al sector hortícola chileno y, especialmente, contribuir a la profesionalización del segmento de la pequeña agricultura dedicada a este sector. Hubo 12 postulaciones totales, entre asesores técnicos y productores hortícolas y participaron dos asesores técnicos, cinco productores, una profesional de ProChile, un profesional de INDAP y el encargado de Relaciones Internacionales de Lo Valledor.

Asistencia a Tercer Seminario Internacional de Frutos Secos:

El objetivo de esta actividad fue promover el conocimiento, desarrollo y crecimiento económico del Sector de Frutos Secos, con la finalidad de detectar modelos de gestión y negocios que pudieran ser replicables al sector en Chile y, especialmente, contribuir a la profesionalización del segmento de la pequeña agricultura dedicada a este sector. Hubo 11 postulaciones totales, entre representantes del sector y productores de frutos secos. Participaron una representante de Chilenuit, tres productores y una profesional de ProChile.

Visita guiada al Salón Internacional del Gusto - Terra Madre y a experiencias de Slow Food:

El objetivo de esta actividad fue conocer y visitar una feria en el marco del rescate de la biodiversidad de los alimentos, artesanías y cultura promovido por Slow Food, para que los beneficiarios puedan conocer en terreno, por medio de una visita guiada, la forma de producción, presentación y comercialización de productos de la agricultura en diversos países del mundo. Hubo 16 postulaciones y participaron 10 productores, una profesional de ProChile y dos profesionales de INDAP.

Visita guiada a la Feria FIT y a experiencias de Turismo Rural:

El objetivo de esta actividad fue conocer y visitar una feria en el marco de la Feria Internacional de Turismo, para que los beneficiarios puedan conocer en terreno, por medio de una visita guiada, cómo funciona el mercado del turismo rural. Hubo 19 postulaciones y participaron 10 empresarios de turismo rural y una profesional de ProChile.

Visita guiada a Modelos de Cooperativas y a experiencias de Comercio Justo:

El objetivo de esta actividad fue conocer modelos e intercambiar experiencias de funcionamiento de cooperativas agrícolas, incluyendo modelos productivos, de gobernabilidad y de

comercialización. Se registraron 13 postulaciones y participaron ocho productores y representantes de cooperativas, una profesional de ProChile y un profesional de la División de Asociatividad y Economía Social.

Visita guiada a Feria “Expo Artesanías 2014”:

Se trató de una misión interinstitucional acompañada por cuatro maestros artesanos para conocer el desarrollo y ejecución de los programas implementados por Colombia.

Hubo nueve postulaciones y participaron cuatro artesanos, una profesional de ProChile y un profesional de INDAP.

Visita guiada a Feria “Texturas, colores & sabores”:

El objetivo de esta actividad fue que representantes de este sector tuvieran la oportunidad de conocer cómo funciona el mercado de la artesanía en Ecuador y los países invitados a participar de esta feria. Hubo cinco postulaciones y participaron tres artesanos y un profesional de ProChile.

“Taller de Artesanía en Isluga y Colchane” – Traída de experta internacional/ Kate Fletcher

Esta actividad fue organizada por la Región de Tarapacá y tuvo por finalidad que artesanas de la región lograrán exportar sus productos. El plan contempló una primera etapa de capacitación, luego una de prospección de mercado y, finalmente, una de penetración de mercado. En la primera etapa de capacitación, están participando diversos actores, dado que esta no solo contempla actividades de formación exportadora orientadas al comercio justo y actividades de capacitación internacional en donde podemos aportar como ProChile, sino que también al diseño de productos innovadores, en donde una diseñadora ha venido haciendo un trabajo profundo con las artesanas (beneficiarias del programa INDAP/Comparte), lo que continuará con la asociación aymar warmi (Colchane). Así como ella, también existe la corporación CONADES, que desarrollará a través de fondos de FIA, un trabajo similar con las artesanas de Laira Sawuri (Pozo Almonte, Camiña, entre otras), complementando y dando una cobertura regional.

“Seminario- Taller, Economía del Bien Común” – Cristian Felber (USACH, Stgo.)

Esta actividad fue realizada en el marco de la traída de este profesional a la celebración de los 40 años de ProChile para que expusiera en Frutillar en el seminario que tuvo lugar el 17 de octubre, en la USACH y en un taller para capacitación de funcionarios públicos, en el Ministerio de Economía, donde se desarrolló el Balance del Bien Común.

“Taller de Comercio Justo- Coyhaique”, en alianza con Emprende Chile

Esta actividad se enmarcó en la Semana de la Pyme que organiza el Ministerio de Economía en conjunto con las distintas instituciones que dependen de ese ministerio y se realizó en Coyhaique el 22 de octubre pasado, con una concurrencia de más de 70 empresarios de los sectores agroindustria y agricultura campesina. El Taller fue dictado por Gerardo Wijnant y Soledad Valdés, entregando elementos del concepto de Comercio Justo y la importancia de esta vía de comercialización para estos sectores productivos.

“Envío de muestras y piezas de Artesanía - Italia”, FAIR AF - L'ARTIGIANO IN FIERA

Consistió en el envío de muestras para que tres artesanas de Valdivia, en proceso de certificación en Comercio Justo, pudieran exhibir sus productos en la Feria de Artesanía de Milán- Italia. Esta actividad ha contado con el apoyo de la Oficina Comercial en Milán.

6. PROCHILE EN REGIONES

Dirección Regional de Arica y Parinacota

Principales logros el 2014

- Se realizó una serie de actividades de apoyo y asistencia a exportadores de la región y emprendedores con potencial exportador. Destacan las actividades relacionadas con mejorar en las competencias y conocimientos del proceso exportador. La motivación para iniciarse en el proceso de internacionalización de sus negocios fue un tema clave en las diferentes actividades de desarrollo de capacidades exportadoras. En efecto, se realizaron dos ciclos de talleres:
 - Ciclo Taller de Instrumentos Financieros (tres talleres durante el mes de mayo),
 - Ciclo Taller Fortalece tu estrategia exportadora (tres talleres durante el mes de septiembre).
- Se efectuaron dos talleres en coordinación con Departamento Acceso a Mercados de Direcon y el Departamento de Comercio Sustentable de ProChile: Taller Desayuno: "Acumulación de origen y las oportunidades de los Tratados de Libre Comercio" (18 de noviembre 2014); y Taller de Comercio Sustentable (5 diciembre 2014).
- Por otra parte, empresas ganadoras del concurso Silvoagropecuario y Productos del Mar efectuaron misiones comerciales durante el 2014: Una a Estados Unidos y tres al mercado Boliviano.
- Durante el año 2014, ProChile retoma un trabajo colaborativo con otras instituciones de apoyo al desarrollo productivo de la región (Seremi Economía y Seremi Agricultura, CORFO, SERCOTEC): ProChile se incorpora al Gabinete Regional Económico, al Consejo Asesor Técnico de la Gobernación de Parinacota y a la mesa de trabajo de Innovación Dinámica. ProChile conforma y lidera la Mesa de Promoción Regional.
- En este contexto, la Dirección de ProChile Arica y Parinacota fue invitado a participar en la Mesa agrícola del Gobierno Regional que incluye a las principales asociaciones de agricultores del valle de Lluta y Azapa. En ese marco, ProChile propone y realiza el 7 de octubre un taller Seminario: "Exportaciones de Hortalizas, Facilidades y Apoyo que entrega Hortach en dicho proceso". Para ello, trae a dos exportadores de hortalizas de la zona central quienes entregaron sus experiencias y motivaron a los agricultores a exportar.
- Se inicia un trabajo de acercamiento a las zonas extremas de la región para promover las herramientas de ProChile. Se realizaron visitas a las localidades de Putre, Acha y Codpa, en el marco del programa Gobierno en Terreno y Consejo Asesor Técnico (CTA).
- Se realizaron Videoconferencias con OFIREG México y OFIREG Hong Kong para apoyar la internacionalización de los productos orégano y erizos, respectivamente.

- Se apoyó el lanzamiento del proyecto de la empresa Fibras Andinas en el marco del “Plan C” de ProChile. El proyecto Gorros de Royal Llama “Beanies” en noviembre alcanzó la meta considerada para iniciar exportaciones a diferentes mercados internacionales.
- Tres encuentros binacionales de negocios Chile y Perú con dos Ruedas de Negocios: El primero realizado en agosto en Tacna y otro en Arica en el mes de septiembre. El tercer encuentro de negocios realizado en Tacna durante el mes de noviembre. Con Bolivia, participación y apoyo a empresas regionales en la Feria ExpoCruz y CAINCO 2014.

Principales desafíos el 2015

- Ampliar el número de empresas exportadoras a través de un trabajo en terreno y con presencia en la zonas extremas de la región de Arica y Parinacota.
- Mayor difusión de los instrumentos de ProChile utilizando un plan de medios y mayor vinculación con otras instituciones de desarrollo productivo regional.
- Lograr la aprobación del FNDR por \$ 195 millones que presentó la Dirección Regional de ProChile en el mes de agosto de 2014 a la Intendencia Regional. Dicho FNDR viene a complementarse con el programa PYME EXPORTA que se inicia el 2015, en materia de atracción de nuevas empresas pymes que no exportan y poseen potencialidad de hacerlo.
- Sumar proyectos en el marco del Programa de Agricultura Familiar Campesina (AFC) en materia de Artesanía Aymara, Turismo Altiplánico y Desarrollo de productos agropecuarios originarios.
- Continuar la participación en las actividades de promoción de inversiones en la Región de Arica y Parinacota, de modo que más empresas extranjeras se instalen y exporten desde Arica, haciendo uso de los beneficios tributarios de la región y red de acuerdos comerciales.
- Continuar con el desarrollo de programas de capacitación de ProChile, agregando nuevos talleres, como por ejemplo: “Beneficios Tributarios a las empresas exportadoras de servicios”, “Oportunidades de los Acuerdos de Compras Públicas en los TLC”, “Integración productiva”, entre otros.

Dirección Regional de Tarapacá

Principales logros el 2014

- Se generaron importantes alianzas estratégicas con las nuevas autoridades en la red de fomento del Estado y se dio continuidad al trabajo realizado con actores claves y relevantes del sector privado (gobierno regional, asociaciones gremiales, corporación desarrollo productivo, entre otros).
- Coordinación con la Corporación de Desarrollo Regional, apoyando la internacionalización de las empresas regionales.
- Foco en la pyme con potencial exportador entregándoles herramientas de internacionalización para lo cual se realizó Taller Transformándose en Exportador con 38 asistentes. Además ampliamos el plano de cobertura para las empresas, llegando a localidades de Colchane y Camiña, a unos 350 km. de Iquique.
- Continuidad al trabajo con la Asociación de Industriales de Iquique donde ProChile apoyó en la elaboración de agenda para dos misiones comerciales ejecutadas a los mercados de Colombia y Perú.
- Coordinación y participación la Oficina Regional en Feria Expocruz. Por primera vez se integró a ProChile en la ejecución y el stand se homologó al diseño institucional de ferias internacionales. Participaron empresas de diferentes rubros y servicios públicos. También se coordinó Misión Empresarial Región de Tarapacá de los sectores logísticos, turismo y proveedores industriales para participar de la rueda de negocios CAINCO 2014 en Santa Cruz Bolivia, esta misión se unió al grupo nacional de ProChile.
- Encuentro de moda Eco en el Altiplano, con la participación de Kate Flecher y 50 artesanas de las localidades de Colchane, Camiña, Pozo Almonte y Alto Hospicio.
- Participación de la Empresa Solarium Biotecnología en rueda de Negocios de la Alianza del Pacifico, obteniendo importantes resultados, y generando lazos comerciales para Colombia y México.
- Se presentaron nueve proyectos a los diferentes concursos de ProChile.

Principales desafíos el 2015

- Realizar y continuar el trabajo con las diferentes Asociación gremiales que agrupan a pequeñas y medianas empresas no exportadoras.
- Trabajo con foco en la asociatividad de las empresas.
- Continuar con el desarrollo de la oferta exportable regional en sus diferentes sectores.
- Concentrar actividades en los mercados de América Latina.
- Posicionar al programa PYME EXPORTA, entre las empresas no exportadoras de la región pertenecientes a los sectores de industrias y servicios.
- Generar un trabajo estrecho con CORFO y SERCOTEC en el marco de PYME EXPORTA.

Dirección Regional de Antofagasta

Principales logros el 2014

- Apoyo a grupo de empresarios proveedores de la minería para viaje a Emiratos Árabes e India en preparación de agenda con el apoyo de ProChile en esos países.
- Ejecución de proyecto "Misión de prospección a mercado de Panamá para proveedores de la minería", adjudicado a la empresa *Tech Line*.
- Antofagasta sede de encuentro de Negocios "Innovación Exportadora para Proveedores de la Minería" en el marco de aniversario de 40 años de ProChile, contó con la presencia de Ministro de Relaciones Exteriores, los Intendentes de las regiones de Antofagasta, Tarapacá, Atacama, Coquimbo y de, Director Nacional de ProChile como anfitrión y con la participación de importadores de Argentina, México, Colombia y Perú, realizándose: reunión plenaria, rueda de negocios y pasarela de la innovación.
- Se realizó jornada de capacitación en servicios con el apoyo de Servicio de Impuestos Internos, Aduanas, Instituto de Normalización Nacional y Banco Estado.
- Se desarrollaron jornadas de Difusión y socialización de la oferta de ProChile para los empresarios en las comunas de Calama, TalTal y Sierra Gorda.

Principales desafíos el 2015

- Implementación de PYME EXPORTA y difusión de sus alcances en las nueve comunas de la región.
- Diversificación de exportaciones, a través del proyecto a presentar al Fondo Nacional de Desarrollo Regional, que permita a las empresas de la región de Antofagasta exportadoras y con potencial exportador, conocer y prospectar y/o penetrar nuevos mercados, especialmente a Latinoamérica, con énfasis en Zicosur y NOA.
- Trabajo intersectorial con instituciones públicas y privadas en fomento de las capacidades exportadoras de la región, en especial con los instrumentos del Centro de Desarrollo Empresarial, PYME EXPORTA, Nodo Exportador y Profo.
- Participar en la Feria Internacional Minera EXPONOR 2015, en la cual se espera lograr contar con un stand institucional que permita mostrar a la institución acercándola a los empresarios participantes.
- Realización de un Workshop Internacional con una empresa minera y dos asociaciones vinculadas a la gran minería.
- Ejecución de capacitación para mejorar competencias de los exportadores de la región de Antofagasta, esto de acuerdo a plan del departamento de Formación Exportadora.
- Apoyo, asistencia y participación en actividades de Zicosur y NOA, en consideración a la Presidencia de esta instancia del Intendente de la región de Antofagasta y al interés de los empresarios de la región de acceder a estos mercados.

Dirección Regional Atacama

Principales logros el 2014

- Destacó la entrega de apoyo y asistencia tanto a exportadores como a potenciales exportadores de bienes y servicios y empresas/emprendimientos regionales, contribuyendo a la diversificación e internacionalización de nuevos mercados, como al desarrollo de capacidades exportadoras.
- Se realizaron misiones de prospección/penetración comercial en China, Vietnam, Malasia, EE.UU., Emiratos Árabes, México y Uruguay.

- Talleres de Capacitación en herramientas financieras para la exportación a 40 empresas exportadoras y/o con potencial exportador.
- Participación de un stand de ProChile en el Rally Dakar 2014, que cautivó a la prensa internacional y a los pilotos que lo visitaron.
- Primera Exportación de Pajarete al mercado internacional. Los envíos totalizaron USD35.000 al mercado hondureño.
- Firma del convenio mandato entre Direcon y el Gobierno Regional de Atacama por el proyecto FNDR “Difusión fortalecimiento exportador de la pymex de la Región de Atacama”
- Desarrollo de un Seminario Internacional de Uva de Mesa en mayo, en conjunto con APECO, con la asistencia de 250 personas.
- Presentación de 18 iniciativas al concurso de Promoción de Exportaciones en noviembre pasado.
- Consejo Regional exportador de Atacama desarrollado en Copiapó, con la participación de 23 empresas del sector exportador regional.

Principales desafíos el 2015

- Implementar el Centro PYME EXPORTA en la Región de Atacama, para el sector de Industrias y Servicios, a empresas con potencial exportador.
- Desarrollar un Diplomado sobre materias de Comercio Exterior y Negocio Internacional orientado a las empresas con potencial exportador o de exportaciones incipientes de la Región de Atacama, para abordar con éxito el proceso exportador y el desarrollo de estrategias competentes en el mercado global.
- Contribuir al proceso de internacionalización del sector alimentos con la ejecución de un Encuentro Multisectorial con importadores y ruedas de negocios en Copiapó, beneficiando a 50 empresas.

Dirección Regional de Coquimbo

Principales logros el 2014

- Se realizaron diversas instancias de capacitación en Elqui, Limarí y Choapa, para contribuir al desarrollo regional, fortalecimiento y diversificación de la base exportadora.
- Trabajo permanente con más de 100 empresas de diversos tamaños, productoras y comercializadoras de bienes y servicios con mayor valor agregado.
- Trabajo permanente con potenciales exportadores que hoy comercializan sus productos mediante terceros, algunos de ellos incluso en otras regiones, para que se conviertan en exportadores directos.
- Apoyo a la imagen del turismo regional, en eventos como el Dakar, visitas de expertos y prensa internacional.
- Trabajo coordinado con beneficiarios del Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias, Productos del Mar y Servicios para que sus estrategias fueran implementadas exitosamente en diversos mercados para beneficio comercial de cada una de ellas y de la imagen regional.
- Trabajo de información y motivación a las empresas, logrando que la oferta de la Región de Coquimbo estuviera presente en eventos internacionales tales como Ferias, degustaciones y ruedas de negocios.

Principales desafíos el 2015

- Contribuir mediante charlas y talleres a la motivación y conocimientos para lograr una mayor diversificación de los productos y/o servicios, empresas y mercados de exportación desde la Región de Coquimbo.
- Mantener el trabajo con empresas que presenten oferta con mayor valor agregado, para que la relación entre exportaciones regionales cobre y no cobre tenga una menor brecha, destacando productos de la agroindustria y diversos servicios.
- Desarrollar en el Centro PYME EXPORTA un trabajo cercano con pymes no exportadoras de los sectores industrias y servicios para iniciarlas en el proceso de las ventas internacionales.
- Fortalecer el trabajo coordinado con entidades públicas y/o privadas para el desarrollo de acciones y estrategias conjuntas.

Dirección Regional de Valparaíso

Principales logros el año 2014

- Se destaca la entrega de herramientas de promoción de exportaciones de bienes y servicios, beneficiando a 491 empresas exportadoras o con potencial exportador a través de seminarios, talleres, Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias y de productos del mar, Ferias internacionales, Ruedas de Negocios, tales como el 18º Encuentro Empresarial de Viña del Mar, entre otras herramientas.
- Se gestionó y se apoyó el asesoramiento a 44 empresas exportadoras y con potencial exportador que desarrollaron acciones de promoción en mercados externos apoyados a través del Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias y Productos del Mar. El Concurso Industria y Servicios y el Concurso ContactCHILE. De los 28 proyectos adjudicados a la región en el Concurso Silvoagropecuario el 50% de las empresas corresponden a entidades que postularon por primera vez al Concurso.”
- Formalización de una propuesta del Consejo Exportador Regional como una instancia de concertación pública-privada que apoye y fortalezca la inserción internacional de la región y de sus empresas regionales, con énfasis en la diversificación de los destinos e innovación de sus productos y servicios.
- Inicio de conversaciones con el Gobierno Regional, Intendencia y Consejo Regional, para viabilizar la obtención de recursos a través de un Programa FNDR multisectorial 2015-2016 que potencie la participación activa de las empresas exportadoras y aquellas con potencial exportador de la región, en actividades de promoción y capacitación comercial tales como: Misiones Comerciales, Ferias Internacionales, Rondas de Negocios, entre otros, en los mercados de destinos.
- Inicio de un trabajo permanente con las Asociaciones Gremiales de la región de manera de ir conociendo las problemáticas y/o necesidades del sector exportador, conducentes a la búsqueda de respuestas y soluciones, como asimismo de identificar las oportunidades que surgen de los distintos acuerdos comerciales.
- Complementar una vinculación sistemática con las Universidades Regionales, con el propósito de ir alentando y apoyando las exportaciones de servicios de dichas Universidades especialmente en el ámbito de la Asistencia Técnica.
- Visibilizar la coordinación institucional con el Gobierno Regional y particularmente con aquellas instituciones que son parte del Gabinete Económico Regional.

Principales desafíos el 2015

- Fortalecer los lineamientos estratégicos definidos por ProChile de apoyo a la pyme en su proceso de internacionalización, a través del desarrollo y promoción de la oferta exportable de los bienes y servicios de la región.
- Aumentar y diversificar la oferta exportable de las empresas de bienes y servicios, especialmente pymes, en los mercados de América Latina y Centroamérica, América del Norte, Europa y Asia.
- Fortalecer el desarrollo de las capacidades de las empresas exportadoras regionales e identificar aquellas empresas con potencial exportador para apoyar su proceso de internacionalización. De manera especial apoyar el fortalecimiento de la Inteligencia de Mercado y Marketing de la Oferta Exportable Regional.
- Consolidar el Consejo Exportador Regional como una instancia de concertación pública-privada que apoye y fortalezca la inserción internacional de la región y de sus empresas regionales, con énfasis en la diversificación de los destinos e innovación de sus productos y servicios.
- Apalancar recursos a través de un Programa FNDR multisectorial 2015-2016 que potencie la participación activa de las empresas exportadoras y aquellas con potencial exportador de la región,

en actividades de promoción y capacitación comercial tales como: Misiones Comerciales, Ferias Internacionales, Rondas de Negocios, entre otros, en los mercados de destinos.

- Desarrollar un trabajo permanente con las Asociaciones Gremiales de la región de manera de ir conociendo las problemáticas y/o necesidades del sector exportador, conducentes a la búsqueda de respuestas y soluciones, como asimismo de identificar las oportunidades que surgen de los distintos acuerdos comerciales.
- Desarrollar una vinculación sistemática con las Universidades Regionales, con el propósito de fomentar las exportaciones de servicios de dichas Universidades y de manera especial con las dos Incubadoras presentes en la región y la construcción de un Convenio Marco para el Programa PYME EXPORTA.
- Potenciar la coordinación institucional con el Gobierno Regional y particularmente con aquellas instituciones que son parte del Gabinete Económico Regional.
- Fortalecer la presencia en las economías vecinales y, entre ellas, evaluar la viabilidad de desarrollar un Programa de Encadenamiento Productivo con las economías vecinas, especialmente la Argentina.
- Perfilar comunicacionalmente la Oficina Regional de ProChile en la sociedad regional.

Dirección Regional O´Higgins

Principales logros el 2014

- Participación de cerca de 400 empresas de la región en distintas actividades coordinadas por ProChile. Dentro de los sectores que destacan están la fruta fresca, deshidratada y frutos secos, vinos, cervezas, apícola, ovinos, aceite de oliva, sales, algas, quínoa, artesanías, entre otros.
- Respecto al Concurso Silvoagropecuario; se postularon un total de 100 proyectos (92 empresariales y 8 Sectoriales), correspondiente a 66 empresas y 3 agrupaciones. Al final del ejercicio 36 proyectos adjudicados, beneficiando a 31 empresas y 4 proyectos a 3 agrupaciones, incorporando sectores y empresas al proceso exportador de la región.
- Respecto al Concurso Industrias y Servicios; Se postularon un total de 4 proyectos de Industria, correspondiente a 3 empresas y 6 proyectos de Servicios, correspondiente a 5 empresas, aumentando la participación respecto al año anterior en un 100%.
- En conjunto con el Departamento de Desarrollo de Capacidad Exportadora se realizaron 7 actividades regionales, donde se destaca: 1 Coaching Exportador, 4 Talleres, 1 capacitación para el concurso Silvoagropecuarios, y 1 seminario y grupos de interés de nuevos sectores. En total se contabilizaron 179 participantes que asistieron y se capacitaron.
- Difusión del Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarios 2015, contando con más de 49 asistentes.
- Difusión del Concurso de Industrias y Servicios 2015, contando con más de 19 asistentes.
- Se postularon al Programa “Proyectando la Agricultura Familiar Campesina en los mercados Internacionales” a 20 postulantes, y 11 fueron beneficiarios que distintamente asistieron en visita guiada a Brasil, visita y feria a Italia, seminario en Argentina, feria en Colombia y Ecuador y cooperativismo en España.

Principales desafíos el 2015

- La planificación considera para los distintos grupos de interés; talleres de los cuales destacan Certificación de Origen, Marketing y logística, Instrumentos financieros, negociaciones, oportunidades comerciales en distintos mercados y exportar paso a paso; seminarios de Hortofrutícola y Pecuaria, Coaching, emprendedor y exportador y postulación y coordinación de misiones comerciales y de prospección de mercado.
- Generar instancias de conversación y conocimientos de mercados, a través de videoconferencias, con las Oficinas Comerciales por parte de los empresarios de la Agricultura Familiar Campesina y el Centro PYME EXPORTA, principalmente.
- Generar algunas mesas de trabajo con los sectores de Fruta fresca y seca, vinos, apícola, entre otros participantes de Coaching de años anteriores.
- Realizar difusión de manera constante, a los programas PYME EXPORTA y Agricultura Familiar Campesina como también a los Concursos Silvoagropecuarios, Industrias y Servicios, distintas postulaciones de misiones, participación en ferias entre otros instrumentos de ProChile.
- Vincular y promover actividades en conjunto con el Gobierno Regional y las instituciones de fomento productivos de la región, con el fin de fortalecer y construir alianzas, convenios y futuros proyectos de financiamientos a través de FNDR.

Dirección Regional del Maule

Principales logros el 2014

- Se destacó la entrega de herramientas de promoción de exportaciones, relevándose las siguientes: Concurso Silvoagropecuario 2014: fue la segunda región a nivel nacional, después de la RM, en proyectos adjudicados, con un total de 60 proyectos ejecutados; Concurso Silvoagropecuario 2015: producto del trabajo realizado durante el 2014, se convirtió en la primera región en proyectos adjudicados en el Concurso Silvoagropecuario 2015, con 55 proyectos; Ferias: 18 empresas regionales participaron en ferias internacionales de vinos y alimentos.
- Talleres y seminarios: 250 empresas fueron capacitadas, a través de la ejecución de 9 talleres y seminarios regionales.
- Misión comercial a Corea y Australia con participación de 9 empresas agroindustriales regionales, realizándose una rueda de negocios en cada país, con un total de 200 reuniones con importadores locales.
- Misión comercial a China, con participación de 15 empresas de vino del Maule, ejecutándose 4 showrooms en las ciudades de Qingdao, Chengdu, Hong Kong y Shanghai.
- Misiones de prospección en el marco del programa de la Agricultura Familiar Campesina, con participación de 5 empresas regionales.
- Participación en la Comisión de Comercio y Producción del XXII Comité de Integración, realizado en Talca, con la presencia de tres empresas exportadoras regionales y autoridades nacionales y argentinas.

Principales desafíos el 2015

- Implementación de programa PYME EXPORTA en la región, incorporando Pymes de sectores industrias y servicios. Realización de 5 encuentros subregionales con clientes SERCOTEC para explicar e impulsar el programa PYME EXPORTA.
- Agricultura Familiar Campesina: Implementación del plan de trabajo propuesto por el comité INDAP-PROCHILE.
- Generación de un nuevo programa FNDR 2015-2016, con iniciativas dirigidas principalmente a las Pymes exportadoras y con potencial exportador del Maule en áreas de promoción comercial, capacitación e integración vecinal.
- XXIII Encuentro de Integración Paso Pehuenche, a realizarse en Argentina. Concreción de compromiso relativo a realización de un estudio de oportunidades de mercado.

Dirección Regional del Bío Bío

Principales logros el 2014

- Se destacó la entrega de herramientas de promoción de exportaciones de bienes y servicios, financiando y ejecutando 57 proyectos del “Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias y de Productos del Mar” y tres proyectos del “Concurso de Industrias y Servicios”.
- Participación en 10 actividades relativas a ferias internacionales y ruedas de negocios, donde asistieron en total cerca de 50 empresas de la región. Además, una empresa participó en Sabores de Chile Ruta México-Brasil y una universidad participó en la Marca Sectorial “Learn Chile”.
- Desarrollo de 12 Talleres y Seminarios con empresarios y periodistas especializados. Además, se realizaron dos Coaching Exportador: Ingeniería, medioambiente y biotecnología (12 empresas) y del sector agrícola (ocho empresas).
- Trabajo en conjunto con CORFO para desarrollar el “NODO de Servicios Especializados” (12 empresas).
- Desarrollo de la actividad del sector productos del mar “Seafood Bío-Bío 2014”, que consideró un seminario (con 70 empresas participantes) y rueda de negocios con la participación de cuatro importadores internacionales, que tuvieron reuniones con alrededor de 20 empresas.
- Organización del “XXXII Comité de Integración Vecinal Los Lagos Chile-Argentina, Región del Bío-Bío 2014”. La actividad contó con 450 participantes público-privados de ambos países.

Principales desafíos el 2015

- Desarrollar una Misión público - privada, que permita prospectar oportunidades comerciales para bienes y servicios demandados en la Provincia de Neuquén (primer trimestre 2015). Para ello se está trabajando con Mesa regional de Comercio Exterior (COMEX).
- Promocionar los servicios logísticos de la Región del Bío-Bío, como soporte al ingreso de equipos e insumos por nuestra región y hacia la Provincia de Neuquén (segundo semestre 2015).
- Apalancar más recursos a través de un nuevo FNDR multisectorial para poder financiar actividades de promoción de bienes y servicios regionales.
- Llevar a cabo iniciativas de desarrollo e internacionalización de la Agricultura Familiar Campesina (AFC) en conjunto con INDAP y la SEREMI de Agricultura.
- Aumentar y diversificar las exportaciones regionales, trabajar fuertemente en el desarrollo de capacidades de las pymes no exportadoras regionales y con potencial exportador.
- Implementar a nivel regional el CENTRO PYME EXPORTA, brindando extenso apoyo a las empresas pymes no exportadoras de los sectores de Industria manufacturera y de servicios.
- Extender la descentralización al interior de la región llevando instancias de capacitación a otras provincias.
- Propiciar las exportaciones regionales a los mercados latinoamericanos.

Región de La Araucanía

Principales logros el 2014

- Visita en terreno a 73 empresas a las que se les dieron a conocer los nuevos lineamientos y herramientas de promoción de exportaciones de bienes y servicios.
- Las empresas de La Araucanía marcaron presencia en cuatro Ferias Internacionales y en dos Sabores de Chile. Igualmente hubo participación empresarial regional en el Encuentro Empresarial del Sur en Valdivia, y en el Encuentro de Negocios realizado en Frutillar con motivo de los 40 años de ProChile. En esta última actividad, se entregó además un Reconocimiento como Exportador Sustentable a la empresa regional Index Salus.
- En cuanto a Formación Exportadora, 11 empresarios mapuches finalizaron con éxito un curso en Comercio Exterior, como requisito previo a su participación en Misiones Internacionales en el marco de Convenio ProChile-Conadi. Igualmente, 11 empresas regionales comenzaron su formación en un Diplomado en Comercio Exterior, que finalizará el 2015.
- Se logró la aprobación de 14 proyectos del Fondo Silvoagropecuario, lo que representa un 70% de los proyectos presentados al concurso 2015.
- En el ámbito de la coordinación intersectorial a nivel regional, ProChile Araucanía destacó asumiendo la Secretaría Ejecutiva de la Mesa de Comercio Exterior (COMEX) regional y participando activamente en la Creación de la Mesa Comex Binacional, donde además participan las regiones de Bío-Bío, Los Ríos y Los Lagos, por el lado chileno; y las provincias de Neuquén, Río Negro y Chubut, por Argentina.
- Junto a pymes del sector gourmet y el Presidente del Consejo Regional de Turismo (CORETUR), se realizó una Misión de Prospección Comercial a la Provincia del Neuquén, Argentina, resaltando una masiva presencia de nuestra región en III Encuentro Binacional Pyme Araucanía-Neuquén, realizado en Villa Pehuenia, Argentina.

Principales desafíos el 2015

- Ejecutar sobre el 80% de las actividades definidas en el Plan Regional Anual de Acción y realizar al menos un Consejo Regional Exportador, con el objeto de recabar información para fortalecer la estrategia de apoyo a la internacionalización de las empresas de La Araucanía.
- Contribuir a los lineamientos estratégicos definidos por ProChile de apoyo a la pequeña y mediana empresa en su proceso de internacionalización, con énfasis en la incorporación de empresas de nuevos sectores, especialmente de Industrias y Servicios, a través del Centro regional PYME EXPORTA.
- Desarrollar iniciativas de incorporación al proceso exportador de productores regionales representantes de la Agricultura Familiar Campesina (AFC), en conjunto con la Dirección Regional de INDAP.
- Lograr la creación de una marca sectorial para la Región de La Araucanía, en conjunto con el sector privado y el apoyo del Gobierno Regional de La Araucanía.
- Fortalecer la coordinación con los servicios regionales orientados al Fomento Productivo, particularmente CORFO y SERCOTEC, con foco en la implementación de los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) que se instalarán en las comunas de Temuco y Angol.
- Desarrollar las actividades previstas en Convenio FNDR para el 2015: Misión de Pre-Internacionalización en Panamá (Expocomer) y Costa Rica con participantes de Diplomado en Comercio Exterior; traída de periodistas de medios de Argentina, Brasil y Colombia; y realización de la I Rueda de Negocios Internacional de La Araucanía.
- Completar la promoción internacional de la oferta regional de empresarios mapuches con su participación en cinco Ferias Internacionales y la realización del I Encuentro de Emprendedores Indígenas orientados hacia el Mercado Internacional

Dirección Regional de los Ríos

Principales logros el 2014

- Se implementó un ciclo de talleres de formación de empresas y conocimiento de mercado, destacando entre ellos Instrumentos Financieros, Comercio Sustentable, Comercialización para el Sector Audiovisual y el taller de Mercado para Latinoamérica con la traída de cuatro Agregados comerciales (México, Colombia, Perú y Brasil) y un experto del DIPOA (Brasil), beneficiando en total a más de 340 empresarios.
- Con fondos FNDR se apoyó en forma directa a cinco empresas para lograr la participación en las macro-ruedas de ALADI y Alianza del Pacífico, además de la participación de dos empresas forestales en Expo Australia en Sydney y una empresa en workshop y rueda de negocios forestal realizada en Costa Rica.
- Ejecución de 11 proyectos de concurso de Promoción de Exportaciones y una misión pública - privada a China con cinco empresas del sector forestal y lácteo en el marco de las acciones de profundización del convenio de hermanamiento con la Provincia de Yunnan.
- Realización de la tercera versión del Programa Coaching Exportador para empresas agrícolas del sub-sector de berries (ocho empresas), las que concluyeron el ciclo con una misión de capacitación en el mercado español.
- Trabajo en conjunto con el Gobierno Regional para terminar el último producto esperado en el marco de la estrategia de Imagen Región, concluyendo con la creación de un video promocional de la Región de Los Ríos.

Principales desafíos el 2015

- Focalizar la gestión en los potenciales exportadores emergentes del sector Industrias y Servicios a través del Centro PYME EXPORTA, con el objeto de apoyar la internacionalización de una gran cantidad de emprendimientos que destacan en la creación de aplicaciones para Smartphone, el desarrollo de software y la biotecnología aplicada, entre otras.
- Implementar el segundo ciclo de formación a empresas 2015, concentrándose en la capacitación de empresas con potencial exportador a través de Talleres, Seminarios y Coaching.
- Definir e implementar el plan de acción 2015 para el Programa "Proyectando la Agricultura Familiar Campesina chilena en mercados internacionales" de gran relevancia por la gran cantidad de empresas y emprendimientos del AFC en la Región de Los Ríos.
- Apoyar las acciones que se realizan en torno a la Política Regional de Turismo y la atracción de inversiones, las que son consideradas relevantes, constituyéndose como prioridades para el Gobierno Regional.
- Ejecutar el plan de trabajo desarrollado para el 2015-2016 del Programa "Internacionalización y Promoción de la Región de Los Ríos" en su segunda versión, financiado con FNDR.

Dirección Regional de Los Lagos

Principales logros el 2014

- Se destacó en la entrega de herramientas de promoción de exportaciones de bienes y servicios, beneficiando a cerca de 297 empresas exportadoras o con potencial exportador, a través de su participación en: Talleres, Encuentro de Negocios Austral, Ferias Internacionales, en las rutas realizadas en Sabores de Chile 2014 e invitación de importadores, entre otros.
- El Encuentro de Negocios Austral realizado en la ciudad de Frutillar contó con cerca de 420 asistentes que participaron en la Plenaria con expositores internacionales, sumándose cuatro agregados comerciales de los mercados de Costa Rica, Brasil, México y Venezuela. La Rueda de Negocios contó con la participación de 65 empresas exportadoras o con potencial exportador, instancia donde se generaron 249 reuniones de negocios con 18 importadores invitados de los sectores de Productos del Mar, Servicios Acuícolas y Alimentos Elaborados.
- A través del ciclo de Talleres de Formación Exportadora, el año 2014 se capacitó a 124 empresas en temáticas de Finanzas y mercado para Productos del Mar (Polonia) y Proveedores para la industria acuícola (Emiratos Árabes). Además se realizó el Primer Taller de Emprendimiento Exportador en la provincia de Osorno.
- Se potenciaron los sectores de productos del mar y alimentos elaborados a través de la gestión y supervisión de proyectos de concurso público, beneficiando a 10 empresas exportadoras.
- Se potenció el apoyo de una empresa altamente innovadora del sector de Proveedores de la Industria Acuícola para Canadá a través del Concurso Contact.
- Se organizaron agendas para seis empresas importadoras que visitaron la región de los mercados de Emiratos Árabes, Egipto, Brasil, Hong Kong, India, Tailandia y para periodistas gastronómicos y/o chefs de mercados europeos.

Principales desafíos el 2015

- Capacitar al menos a 60 empresas no exportadoras con potencial exportador de la región a través de talleres "Atrévete a Exportar" con el objeto de apoyar sus procesos de internacionalización y la detección de oportunidades comerciales.
- Aumentar la cobertura de atención de empresas exportadoras y no exportadoras con potencial de la región, principalmente de sectores de productos del mar, alimentos elaborados y servicios para la acuicultura.
- Aumentar el uso de herramientas de promoción de exportaciones a nivel regional, tales como generación de agendas de negocios, participación en ferias, contactos con importadores, proyectos en los Concursos de Promoción de Exportaciones, de forma de consolidar el rol de ProChile como la entidad pública encargada de promover las exportaciones en la región.
- Incentivar la coordinación con otros organismos como CORFO, SERCOTEC, INDAP, entre otros, para el desarrollo regional y la mayor participación de nuevas empresas en el proceso exportador.

Región de Aysén

Principales logros del 2014

- Realización del 1^{er} Coaching Exportador con participación de 10 empresas.
- Participación de nueve Empresas en el coaching exportador en actividad de pre-internacionalización a Estados Unidos.
- Realización de talleres: Logística y Aduana, Expectativas comerciales Asia, Comercio Justo, Expectativas comerciales para Europa.
- Se realizó el Consejo Regional Exportador, presidido por el Subdirector Nacional de ProChile, con la asistencia de 12 empresas y representantes de asociaciones gremiales.
- Dentro de las actividades de promoción en el exterior, se destaca la participación de empresas regionales en los siguientes eventos: Visita a Feria Fruit Logística. Hong Kong (dos empresas); Visita a Feria Expoartesánias Colombia (cuatro empresas); Misión Comercial Sectorial Cervezas Estados Unidos (una empresa).

Principales desafíos el 2015

- Definir e implementar el plan de acción 2015 en conjunto con Indap y la Seremi de Agricultura para el Programa "Proyectando la Agricultura Familiar campesina chilena en mercados internacionales" de gran relevancia para la región para impulsar el sector agropecuario y de Turismo Rural.
- Dentro del plan de capacitación para las empresas regionales, se espera desarrollar las siguientes actividades: Coaching Emprendedor (PYME EXPORTA), Taller de América Latina (PYME EXPORTA), Coaching Exportador (PYME EXPORTA).
- Focalizar la gestión en los potenciales exportadores emergentes de los sectores de Industrias y Servicios a través del Centro PYME EXPORTA, con el objeto de apoyar la internacionalización de potenciales exportadores regionales.
- Ejecutar actividades de promoción comercial relevantes para la región a través del FNDR, tales como: Edición de libro promocional de la región y sus productos exportables con directorio empresarial (FNDR), Invitación a columnistas especializados en sectores relevantes para la región.
- Rueda de Negocios Multisectorial de la Patagonia, a la que se invitará a compradores internacionales de acuerdo a la oferta exportable de la región.

Dirección Regional de Magallanes

Principales logros el 2014

- Se realizaron las siguientes actividades de capacitación para las empresas de la región: dos talleres E-Commerce de cinco sesiones en Punta Arenas y cinco sesiones en Puerto Natales, capacitándose a 24 personas. Un Taller de Herramientas para el Desarrollo de Mercados Externos (12 Artesanos capacitados). Ciclo de Talleres Fortalece tu estrategia exportadora, tres talleres (participantes 45 empresarios) Seminario de Difusión en Última Esperanza (asistentes 60 personas).
- Se realizó el Consejo Regional Exportador, presidido por el Director de ProChile, en el que participaron 15 representantes de empresas regionales y Asociaciones Gremiales.
- Dentro de las actividades de promoción en el exterior se destaca una Muestra de Artesanías y Editoriales en Washington, con la presencia de 10 expositores regionales, ocho artesanos y dos editoriales.
- También se desarrollaron acciones promocionales específicas para el sector turismo, contando con la participación de cuatro empresas regionales en Ferias y eventos especializados en Turismo (*Top Resa* en París, *Chileweek* en Alemania, *Roadshow* en Colombia y Feria ATA en Irlanda).
- En relación a los concursos públicos, la región ejecutó ocho proyectos del sector silvoagropecuario y dos de productos del mar.

Principales desafíos el 2015

- Realización de Talleres y Seminarios para empresas exportadoras y con potencial exportador, con el objeto de capacitarlas e impulsar su internacionalización:
- Taller Atrévete a exportar: se espera capacitar a 38 empresas no exportadoras.
- Coaching emprendedor: 10 empresas con potencial exportador.
- Taller 123 exporta: 40 empresas con potencial exportador.
- Coaching Exportador: 10 empresas potenciales exportadoras.
- Implementación del Programa PYME EXPORTA en la región, identificando a potenciales exportadores de los sectores de Industrias y Servicios.
- Acciones promocionales para el sector turismo, en las principales ferias y eventos internacionales, a través del proyecto Fondema.
- Presentación de un proyecto FNDR con actividades que beneficiarán a empresas exportadoras y con potencial exportador de la región (alrededor de 40 empresas no exportadoras).
- Implementación del plan de trabajo para la AFC en la región.

Dirección Regional Metropolitana

Principales logros el 2014

- Se beneficiaron aproximadamente 1.263 empresas exportadoras o con potencial exportador con la entrega de herramientas de promoción de exportaciones de bienes y servicios, a través de su participación en el Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias y de Productos del Mar, Industrias y Servicios, Contact, Ruedas de Negocios, en las rutas realizadas en Sabores de Chile 2014, Chilean Wine Tour, agendas para importadores, Ferias Internacionales, Talleres de Difusión y Capacitación, entre otras actividades:
- Encuentro Bilateral de Agregados Comerciales de ProChile de Latinoamérica en octubre 2014, con empresas pymes de los sectores productivos Silvoagropecuario, Alimentos en general, Industrias y Servicios. Participaron empresas exportadoras o con potencial exportador, se desarrollaron 253 reuniones bilaterales que beneficiaron a 82 empresas pymes.
- Se gestionó y se apoyó el asesoramiento a 107 empresas exportadoras y con potencial exportador que desarrollaron acciones de promoción en mercados externos apoyados a través del Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias y Productos del Mar, el Concurso Industria y Servicios y el Concurso Contact.
- Se realizaron 301 reuniones con empresas de la Región Metropolitana, tanto visita en sus dependencias como en la Dirección Regional, a fin identificar su potencialidad exportadora y darles a conocer los principales instrumentos y herramientas de promoción de exportaciones de bienes y servicios, asesoría especializada que finalmente les ayude o permita fortalecer el desarrollo de capacidades y potenciar su proceso de internacionalización.
- En coordinación con los Subdepartamentos Sectoriales, Departamentos Geográficos y Oficinas Comerciales de ProChile, se estructuraron 19 agendas comerciales para importadores de China, Japón, Brasil, Corea, Emiratos Árabes, Canadá, México, Venezuela, entre otros países.
- Se desarrollaron 10 talleres y/o seminarios multisectoriales, con foco en aumentar las capacidades de las pymes participantes en orden de afinar estrategias de internacionalización de las 160 empresas beneficiadas.
- Se desarrollaron dos Coaching exportadores y emprendedor, uno del sector Moda y otro perteneciente al sector Tecnologías de Información y Comunicaciones, con 13 empresas beneficiadas.
- Gestion de dos misiones Comerciales del Sector TICs a España (Madrid y Barcelona), 12 empresas beneficiadas y dos asociaciones gremiales (ACTI y GECHs); y Misión Comercial Industrias a Costa Rica y El Salvador con seis empresas beneficiadas.

Principales desafíos el 2015

- Implementación del Programa PYME EXPORTA: Charlas difusión, visitas a pymes de industrias y servicios no exportadoras de la RM, en estrecha colaboración y coordinación con SERCOTEC y CORFO, y otras entidades públicas como Municipios.
- Fortalecer los lineamientos estratégicos definidos por ProChile de apoyo a la pequeña y mediana empresa en su proceso de internacionalización, a través de la promoción de la oferta exportable de Bienes y Servicios.
- Incrementar las Agendas Comerciales con Importadores, incluyendo un mayor número de pymes exportadoras y con potencial exportador.
- Llevar a cabo iniciativas de desarrollo e internacionalización de sectores como industrias, agricultura familiar campesina y servicios.
- Aumentar y diversificar las exportaciones regionales, trabajar fuertemente en el desarrollo de capacidades de las empresas exportadoras regionales o con potencial exportador, a través de la implementación de los instrumentos de ProChile, con énfasis en la ejecución de talleres sectoriales y de mercado.

- Apoyar la difusión y captación de empresas para participar de las principales herramientas y/o acciones de promoción de ProChile, como son las Ferias Internacionales, Sabores de Chile y Chilean Wine Tour.
- Fortalecer el desarrollo de las capacidades de las empresas exportadoras regionales e identificar aquellas empresas con potencial exportador para potenciar su proceso de internacionalización.
- Aumentar el número de clientes: Empresas del sector servicios.

7. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

Durante el año 2014, el total de gasto público autorizado para la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, alcanzó los MUS\$95.052 consolidados, mostrando una ejecución de un 95,3% a nivel general.

El Programa 01 Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales alcanzó de manera individual los MUS\$42.037 consolidados de ejecución, lo que representó un 97,2% y el Programa 02 Promoción de Exportaciones, mostró una ejecución de MUS\$48.528 consolidados, con un 93,7% de ejecución³².

En miles

PROGRAMA		PRESUPUESTO FINAL	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
1	DIRECON	15.382.438	15.100.013	98,2%
2	Promoción de Exportaciones	13.016.252	12.832.722	98,6%
TOTAL GASTOS PESOS		28.398.690	27.932.734	98,4%
1	DIRECON	13.799	13.110	95,0%
2	Promoción de Exportaciones	26.849	23.945	89,2%
TOTAL GASTOS DOLARES		40.648	37.054	91,2%
1	DIRECON	43.267	42.037	97,2%
2	Promoción de Exportaciones	51.784	48.528	93,7%
TOTAL GASTOS CONSOLIDADO DOLARES		95.052	90.565	95,3%

En el siguiente cuadro se aprecia la ejecución consolidada en miles de dólares a nivel de Subtítulo.

En miles

DENOMINACIONES		PRESUPUESTO FINAL	EJECUCIÓN	% EJECUCIÓN
TOTAL GASTOS		95.052	90.565	95,3%
21	GASTO EN PERSONAL	38.809	37.798	97,4%
22	BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	17.970	17.010	94,7%
23	PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	82	47	57,5%
24	TRANSFERENCIAS CORRIENTES	33.717	31.355	93,0%
26	DEVOLUCIONES	2.338	2.338	100,0%
29	ADQ. DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	821	731	89,0%
33	TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	300	300	100,0%
34	SERVICIOS DE LA DEUDA	1.015	986	97,2%

³² Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Asociación de Exportadores de Frutas de Chile A.G. (ASOEX) opinó la necesidad de ampliar información respecto de la ejecución presupuestaria global incluyendo la ejecución por cada Dirección Regional además de la administración por parte de ProChile de fondos provenientes de fuentes externas

Respecto de la distribución del presupuesto a nivel de Fondos, este mostró el siguiente comportamiento:

En miles de dólares consolidados

FONDOS	PRESUPUESTO FINAL	EJECUCION	% EJECUCION
EXPO-MILAN	8.614	8.613	100,0%
MARCAS SECTORIALES	2.965	2.948	99,4%
PROCHILE	17.766	16.984	95,6%
CORFO	90	90	100,0%
SILVOAGROPECUARIO	22.350	19.893	89,0%
FUNDACION IMAGEN DE CHILE	5.410	5.410	100,0%
FUNDACION CHILENA DEL PACIFICO	300	300	100,0%
CORRIENTE	30.336	29.299	96,6%
NEGOCIACIONES	5.958	5.799	97,3%
DEFENSA COMERCIAL	165	138	83,7%
CERTIFICACION DE ORIGEN	1.098	1.090	99,3%
TOTAL TRANSFERIDO	95.052	90.565	95,3%

Datos relevantes de la Ejecución

Transferencias a Privados:

Del Presupuesto total Ejecutado 2014, un 26,1% fue transferido efectivamente al Sector Privado, para financiar o cofinanciar actividades relacionadas con promoción de exportaciones, de acuerdo al siguiente detalle:

En miles

FONDOS	PESOS	DOLARES	CONSOLIDADO DOLARES
EXPO-MILAN	2.234.938	4.332	8.613
MARCAS SECTORIALES	1.249.024	4	2.397
PROCHILE	53.299	704	806
SILVOAGROPECUARIO	1.184.192	4.985	7.253
FUNDACION IMAGEN DE CHILE	2.824.166	-	5.410
FUNDACION CHILENA DEL PACIFICO	-	300	300
TOTAL TRANSFERIDO	7.545.619	10.324	24.780

Dentro de los fondos entregados, destacan los recursos entregados por concepto de Expo Milán, los cuales fueron transferidos a la Corporación Cultural de la Cámara Chilena de la Construcción para financiar el segundo año del Proyecto que permitirá a nuestro país participar en la Exposición Mundial Expo Milán 2015, que tendrá lugar en Italia.

También se entregaron recursos por MUS\$5.410 consolidados a la Fundación Imagen de Chile para financiar sus actividades durante el año 2014. Esta entidad tiene por objeto impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la imagen de

nuestro país en el exterior, contribuyendo a la competitividad del mismo, mediante una estrecha coordinación con el Sector Público y Privado.

Respecto de aquellos recursos que fueron concursados, los que corresponden a los Fondos de Marcas Sectoriales, ProChile y Silvoagropecuario, alcanzaron una ejecución de MUS\$10.465 los que se distribuyeron en un total de 376 proyectos.

Certificación de Origen: Como parte de la gestión que debe realizar la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, se encuentra la Certificación de Origen para los acuerdos de la Unión Europea, Asociación Europea de Libre Cambio (EFTA) y China, donde el año 2014 se recaudaron recursos por la venta de certificados, producto de la certificación de origen por un total de M\$591.699. A nivel de acuerdo se emitieron 46.748 certificados para la Unión Europea, 42.008 para China y 9.539 para EFTA, emitiéndose un total de 96.422 certificados de origen durante el año 2014.

Actividades de gestión directa: Durante el año 2014, se gestionaron un total de 396 Proyectos que incidieron directamente en la Ejecución Presupuestaria, de los cuales 178 correspondían a actividades de ejecución directa en materia de promoción de exportaciones tradicionales y 218 Proyectos se encontraban asociados a actividades de promoción silvoagropecuaria.

Dependiendo de los distintos instrumentos utilizados por ProChile y el impacto que desea generar en el ámbito de la promoción de exportaciones, la gestión directa se ha subdividido en distintas líneas estratégicas, donde destaca Ferias Internacionales que alcanza un 31,2% de participación en la ejecución de proyectos de gestión directa³³.

LINEAS ESTRATEGICAS	% PARTICIPACION
ALIANZA DEL PACIFICO	1,2%
ALTO IMPACTO MERCADO EXTERIOR	0,2%
APOYO A LA GESTION REGIONAL	7,6%
APOYO A LA GESTION Y COMUNICACIÓN	12,7%
APOYO GESTION MERCADOS	9,6%
CAMPANAS DE DIFUSION	2,7%
CAPACIDADES EXPORTADORAS	6,5%
CHILEAN WINE TOUR	3,0%
DESARROLLO DE SISTEMAS	2,0%
DIFUSION	2,1%
DIFUSION Y LANZAMIENTO CONCURSOS	1,0%
FERIAS INTERNACIONALES	31,2%
FOODS FROM CHILE USA	3,1%
INVITACION IMPORTADORES	0,5%
INVITACION PRENSA ESPECIALIZADA INTERNACIONAL	1,3%
PROGRAMA DE INNOVACION Y EMPRENDIMIENTO	0,1%
PROYECTO TI Y BD	2,1%
RUEDAS DE NEGOCIOS Y EVENTOS INTERNACIONALES	4,5%
SABORES	7,5%
SUSTENTABILIDAD Y NUEVOS NICHOS CHILE	1,2%

³³ Luego de haber presentado con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización Sociedad Nacional de Pesca SONAPESCA ha opinado lo siguiente: "Más apoyo a la gestión de mercados, investigar en nuevos nichos, nuevas presentaciones".

8. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

A partir de marzo de 2014 se inició un trabajo de coordinación entre las distintas áreas del Servicio, tendiente a elaborar las definiciones estratégicas para el trabajo en el período 2015-2018, tomando como base el objetivo general del Gobierno en materia económica de lograr un crecimiento con equidad y que los beneficios del comercio se extiendan a todos los chilenos y chilenas.

En el contexto descrito, los objetivos estratégicos 2015-2018 se orientan a:

- Fortalecer la participación de nuestro país en los proyectos de integración de América Latina, en las áreas comerciales y económicas y también a través de la Cooperación Económica para el Desarrollo mediante la cual nuestro país presta cooperación a otros países de la región en temas de comercio.
- Fortalecer la presencia de Chile en los foros multilaterales, especialmente en la OMC, APEC, OMPI y OCDE, así como en las instancias de integración latinoamericanas, con el objetivo de defender mejor nuestros intereses y promover las asociaciones adecuadas con otros países que compartan o apoyen nuestras posiciones.
- Procurar el desarrollo de estrategias de inserción y promoción internacional que apunten a mejorar la inclusión de Chile en las Cadenas Globales de Valor.
- Fomentar el desarrollo exportador de las pymes, con énfasis en las regiones, el comercio de servicios, y la industria manufacturera, a través del programa Pyme Exporta, buscando fomentar la asociatividad y la gestión de clústeres, en base al apoyo de los Centros PYME EXPORTA.
- Mejorar la relación público privado y asegurar que en las negociaciones sea considerada la posición de los diversos grupos ciudadanos, especialmente los gremios pymes.
- Direcon ha elaborado además cuatro planes/programas de trabajo en los ámbitos de equidad de género, descentralización, capacitación y auditoría interna.

Perspectivas 2015

- Seguimiento de los indicadores de productos estratégicos y transversales, de manera de anticipar acciones que contribuyan al cumplimiento de las metas comprometidas para el año 2015.
- Monitoreo de las actividades e iniciativas comprometidas en los planes/programas relacionados con los ámbitos de equidad de género, descentralización, capacitación y auditoría interna.
- En el marco del convenio de desempeño colectivo 2015, se resguardará, como eje central de nuestro actuar, el cumplimiento de la normativa que lo regula, mejorando para ello la coordinación con los distintos equipos de trabajo definidos y optimizando el seguimiento y control de las 33 metas definidas.
- En materia de gestión de riesgos, los desafíos establecidos para el año 2015 dicen relación con mantener un trabajo permanente de apoyo a las áreas en la actualización de los procesos y riesgos críticos, redefiniendo los planes de tratamiento respectivos y monitoreando el cumplimiento de sus compromisos.

9. GESTIÓN CIUDADANA

Actividades 2014

- En el ámbito de la propiedad intelectual se realizó Consulta Ciudadana relacionada con la *protección internacional de los organismos de radiodifusión; y excepciones y limitaciones al derecho de autor*.
- Se realizaron tres sesiones del Consejo de la Sociedad Civil. En ellas se dio lugar a la discusión de materias de interés de las organizaciones con ámbito de competencia por parte de Direcon. También se generaron espacios para que la autoridad presentara su programa de trabajo y en este contexto, el Director General realizó una presentación de los lineamientos de la Direcon y los avances en las negociaciones del Acuerdo Transpacífico (TPP)³⁴. Asimismo a petición del Consejo, el Director de la Dirección de Promoción de Exportaciones, ProChile, presentó los tres focos centrales de su gestión siendo estos América Latina, Pymes y la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento impulsada por el Ministerio de Economía. También participó el Director Bilateral presentando temas relacionados con el Acuerdo Alianza del Pacífico, Acuerdo de Servicios OMC y Acuerdo Parcial con India.
- Se implementaron los requisitos establecidos en la Instrucción General N°007 relacionados con la actualización de las normas internas de participación ciudadana, siendo estas, la Norma General de Participación Ciudadana y la Norma que Regula el Funcionamiento y Composición del Consejo de la Sociedad Civil. Lo anterior se efectuó con posterioridad a la presentación de norma al Consejo de la Sociedad Civil.
- Se han implementado mejorías tanto para las solicitudes efectuadas en forma presencial, como para aquellas realizadas en forma virtual a través de formulario web. Dichas mejoras tienen relación con proporcionar mayor información al usuario respecto de los canales disponibles para efectuar consultas, seguimiento de los plazos y procedimientos asociados con la finalidad de que el usuario pueda ejercer sus derechos.
- Se recibieron 209 solicitudes a través del formulario web de Atención Ciudadana OIRS, de las cuales 207 fueron respondidas dentro del primer día hábil (promedio acumulado del total). Las dos solicitudes restantes fueron clasificadas "no aclaradas" en cuyo caso no fue posible responder por falta de antecedentes en la descripción de las mismas.
- Se efectuaron 388 atenciones presenciales en OIRS nivel central incluyendo gestiones de requerimientos derivados desde la Subsecretaría de Relaciones Exteriores e ingresos de solicitudes por Ley 19.880 a través de la Oficina de Partes.
- En cuanto a las fiscalizaciones realizadas por el Consejo para la Transparencia, la Direcon alcanzó un 96,2% para solicitud web, un 86,7% para solicitud presencial y un 94,49% en Transparencia Activa. Se efectuaron las publicaciones mensuales de información en el sitio web Gobierno Transparente del servicio dentro de los diez días hábiles que establece la Ley 20.285, no obstante, las áreas internas efectuaron mejoras en su gestión respecto de los plazos de envío de información a publicar, lo cual a su vez permitió mejorar el plazo de diez días hábiles establecidos por Ley logrando en algunos meses cerrar la publicación al octavo día hábil.
- En el ámbito de Acceso a la Información Pública (Transparencia Pasiva), ingresaron un total de 138 solicitudes³⁵ las cuales fueron respondidas dentro de los diez primeros días hábiles (promedio acumulado del total).

Específicamente para las actividades del Cuarto Adjunto³⁶, durante el año 2014, se realizaron 26 reuniones específicas sobre cada una de las materias señaladas, conforme al siguiente cuadro:

³⁴ Luego de haber presentar con fecha 18 de marzo 2015, el prospecto de Cuenta Pública 2014 a los integrantes del Consejo de la Sociedad Civil, la organización ONG de Desarrollo, Defensa y Promoción de los Derechos Humanos en el Entorno Digital ha opinado lo siguiente: "No se hace mención a los resultados del Cuarto Adjunto durante el año 2014 en apartado de Gestión Ciudadana ni tampoco se hace mención a los desafíos del Cuarto Adjunto para el año 2015 en apartado de Gestión Ciudadana."

³⁵ No incluye pruebas informáticas.

³⁶ No incluye pruebas informáticas.

Grupo	1 ^a	2 ^a	3 ^a	4 ^a	5 ^a
Acceso a mercados	25/04	11/06	21/08	26/11	
Derechos de autor e internet	25/04	29/05	12/06	25/11	
Empresas del Estado	24/06				
Laboral	08/05	18/06			
Medio Ambiente	26/05	30/11			
Propiedad Industrial	24/04	29/05	04/08	26/08	25/11
Telecomunicaciones y comercio electrónico	28/08				
Videoconferencias	14/05 Vietnam	09/06 Ottawa	27/10 Sydney		
General		31/06	31/07	17/09	19/11

Perspectivas 2015

- Realizar consulta ciudadana en materia relacionada con la Alianza del Pacífico, específicamente a la Cooperación Regulatoria y también consultas vinculadas con otros temas técnicos del quehacer del Servicio.
- Efectuar al menos cinco sesiones del Consejo de la Sociedad Civil.
- Presentar Cuenta Pública 2014 al Consejo de la Sociedad Civil previamente a la publicación en el sitio web institucional.
- Implementar los mecanismos de participación ciudadana "Audiencia Pública" a solicitud del Consejo de la Sociedad Civil y "Plataformas Digitales Participativas".
- Planificar la entrada en vigencia de la Ley del Lobby e implementar las actividades asociadas a la misma.
- Efectuar capacitaciones en materia de acceso a la información pública.
- Continuar informando y promoviendo la participación de la sociedad civil en el marco de las negociaciones del TPP, especialmente por medio del Cuarto Adjunto.

³⁶ Desde marzo de 2014, el actual Gobierno ha realizado una revisión exhaustiva de los alcances que el TPP podría tener para Chile mediante un trabajo de coordinación interministerial y a través de un diálogo formal y permanente con distintas organizaciones de la sociedad civil. Ello con el objeto de cumplir el compromiso programático de impedir que ciertos aspectos que pudieran surgir en este posible Acuerdo, debiliten acuerdos ya establecidos en materias tales como propiedad intelectual, compras públicas, servicios, inversiones y cláusulas financieras. En esta línea, DIRECON inició un proceso de transparencia y apertura de la negociación, invitando a más de un centenar de organizaciones de la sociedad civil a formar parte del denominado "Cuarto Adjunto", conforme se describe en anexo. El "Cuarto Adjunto" es un espacio abierto de información, diálogo y debate que ayudará a definir las posiciones de Chile en esta negociación. Está conformado por representantes de organizaciones no gubernamentales, gremios, sindicatos, instituciones académicas nacionales, entre otras, quienes se reúnen periódicamente para conocer el estado de la negociación y expresar sus posiciones respecto a materias tan disímiles como Propiedad Industrial, Derechos de Autor e Internet, Acceso a Mercados, Medio Ambiente, Laboral, entre otros temas.

Dirección General
de Relaciones
Económicas Internacionales

CUENTA PÚBLICA

2014

