
RESUMEN
BALANCE
DE GESTIÓN INTEGRAL
AÑO 2006

**DIRECCIÓN GENERAL DE
RELACIONES ECÓNICAS
INTERNACIONALES
DIRECON**

SANTIAGO DE CHILE

1. Identificación de la Institución

- **Misión Institucional**

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 y la promoción de exportaciones de bienes y servicios nacionales.

- **Prioridades Políticas en Programa de Gobierno**

Número	Descripción
1	Fortalecer los vínculos con América Latina, especialmente con los países vecinos
2	Priorizar las relaciones económicas internacionales con los países del Asia
3	Administrar, implementar y difundir los acuerdos suscritos para contribuir a las exportaciones del país, con énfasis en las pequeñas y medianas empresas
4	Contribuir al avance de las negociaciones multilaterales, especialmente la Ronda de Doha, en el marco de la OMC
5	Apoyar el posicionamiento de la imagen país a través de la promoción comercial en el exterior

- **Aspectos Relevantes Contenidos en Proyecto de Ley de Presupuestos- Año 2006**

Número	Descripción
1	Programa Presupuestario DIRECON: Se incluye el Programa de Certificación de origen, el cual se financia con ingresos de operación.
2	Se mantiene programa de Negociaciones y administración de acuerdos, ampliándose los recursos para financiar actividades prioritarias de negociaciones con países asiáticos.
3	Incluye recursos para el Programa de Fortalecimiento de la Capacidad Institucional de DIRECON, financiado por el BID.
4	Programa Presupuestario Promoción de Exportaciones: Incluye los recursos de los programas ProChile, Fondo Agrícola e Imagen País
5	Incluye los recursos para el Programa BID a tres años, destinado a apoyar la diversificación de mercados de las pequeñas y medianas empresas exportadoras. Este programa es cofinanciado con aporte no reembolsable del FOMIN.

• **Objetivos Estratégicos**

Número	Descripción
1	Negociar y promover la profundización de acuerdos internacionales de carácter económico-comercial, dando cumplimiento a las decisiones del Comité Interministerial de Negociaciones Económicas Internacionales, integrado por los Ministerios de Relaciones Exteriores, Hacienda, Economía, SEGPRES y Agricultura. Con el fin de asegurar una adecuada inserción de Chile en los mercados más significativos para el país.
2	Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y de acceso a mercados derivados de los Acuerdos suscritos, con el fin de cumplir adecuadamente las obligaciones contraídas en el marco de cada TLC. Asimismo se busca difundir las oportunidades comerciales que surgen, para el sector privado.
3	Maximizar el impacto real de las acciones de promoción de exportaciones, dentro del contexto de la política económica internacional que fije el Gobierno, focalizándose en mercados con alta demanda potencial, y en el apoyo a empresas y productos competitivos, de esta manera se busca contribuir a que dichas empresas aumenten, consoliden o diversifiquen sus exportaciones.
4	Proporcionar una atención de excelencia a nuestros clientes, mejorando continuamente productos y/o servicios para satisfacer sus necesidades en materia de negociaciones internacionales y promoción de exportaciones, asegurando la asignación de recursos necesarios para este efecto.
5	Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en los Sectores relevantes para el País, manteniendo una imagen país sólida frente al resto de los actores relevantes del comercio mundial. Este proceso busca la ampliación, consolidación y profundización de la base exportadora nacional.

• **Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos**

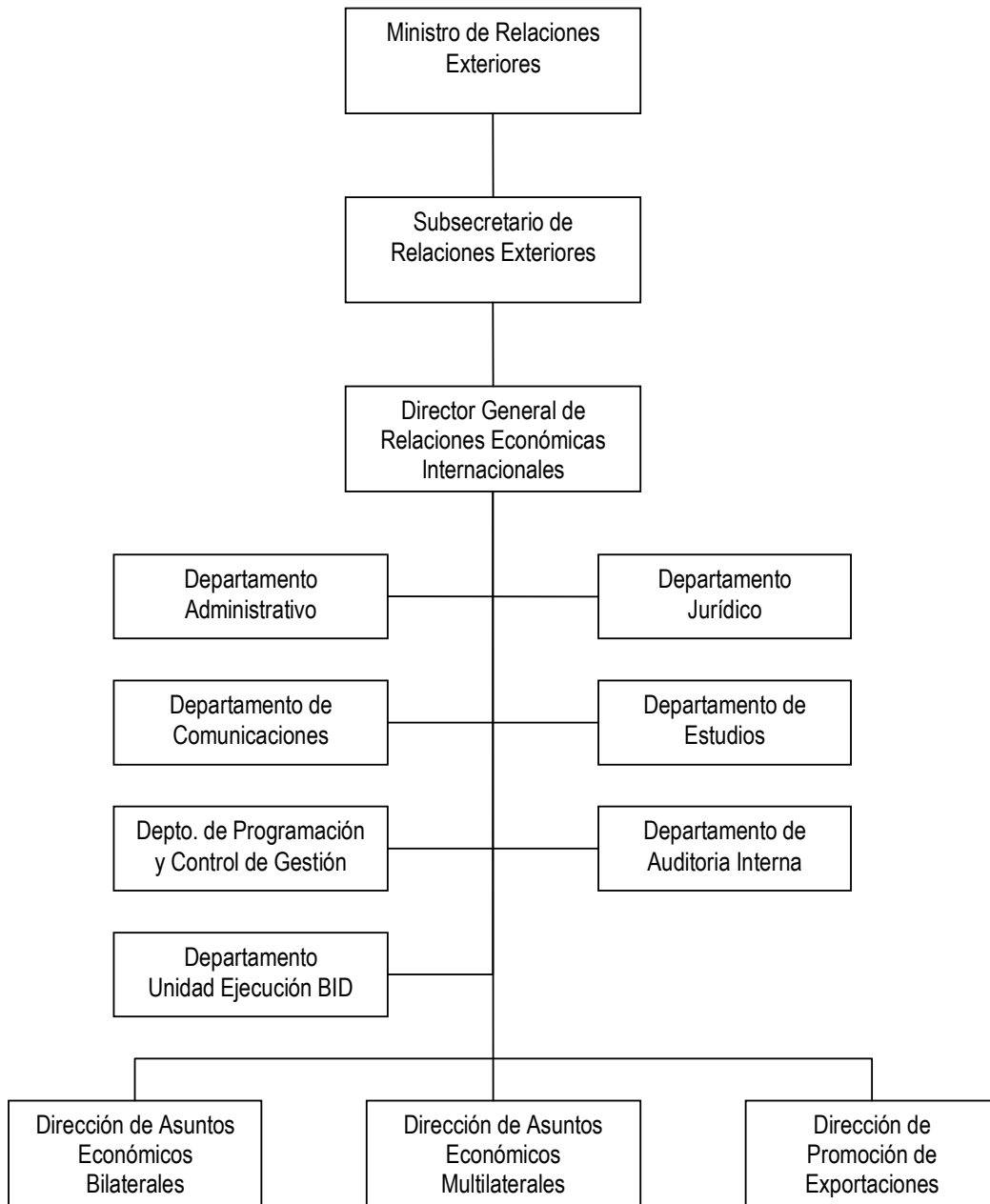
Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<u>Información comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> • Información General • Atención Personalizada • Oportunidades de Negocios • Capacitación y Difusión de Oportunidades Comerciales 	2,4
2	<u>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</u> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a estrategias empresariales • Apoyo a estrategias asociativas • Apoyo a estrategias de posicionamiento económico comercial del país 	3,4,5

3	<u>Apoyo en los mercados de destino</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestiones en mercados para facilitación de negocios • Contactos y agendas • Inteligencia de mercado 	3,4,5
4	<u>Acciones de promoción comercial</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en ferias internacionales • Misiones comerciales • Prospecciones de mercado • Acciones de posicionamiento de productos 	3,4,5
5	<u>Implementación, administración y negociación de acuerdos</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación y Administración de Acuerdos <ul style="list-style-type: none"> - Implementación y administración de compromisos institucionales y de acceso a mercados - Atención de problemas y defensa de intereses comerciales - Difusión de ventajas y oportunidades - Detección de oportunidades económicas • Profundización de Acuerdos y nuevas negociaciones <ul style="list-style-type: none"> - Rondas de negociaciones - Acuerdos 	1,2,4,5

• **Cientes / Beneficiarios / Usuarios**

Número	Nombre
1	La sociedad Chilena en todo su conjunto
2	Empresas exportadores y empresas con potencial exportador
3	Empresas importadoras y con potencial exportador

- **Organigrama y Ubicación en la estructura del Ministerio**

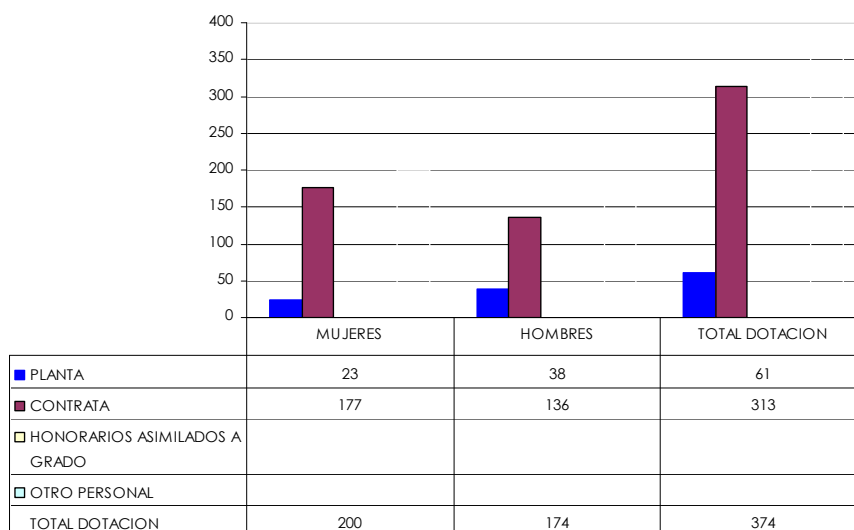


- **Principales Autoridades**

Cargo	Nombre
Director General	Carlos Furche G.
Director Asuntos Económicos Bilaterales	Andrés Rebolledo S.
Director Asuntos Económicos Multilaterales	Igor Garafulic O.
Directora Promoción de Exportaciones	Alicia Frohmann S.
Jefe Departamento Jurídico	Alejandro Buvinic A.
Jefe Departamento Administrativo	Alejandro Moya A.

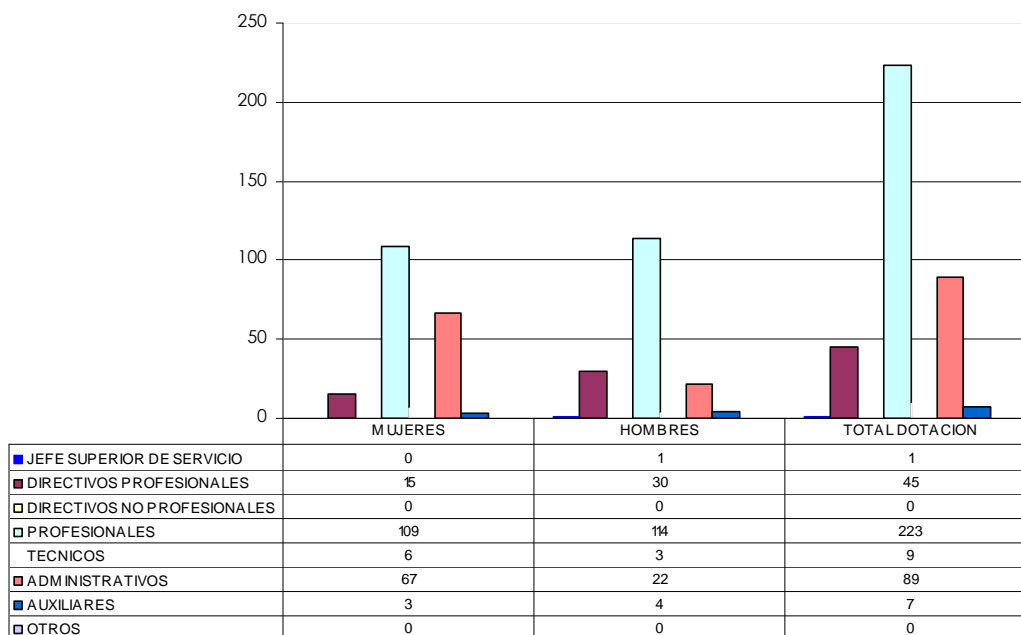
- **Recursos Humanos**

Dotación Efectiva año 2006¹ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)

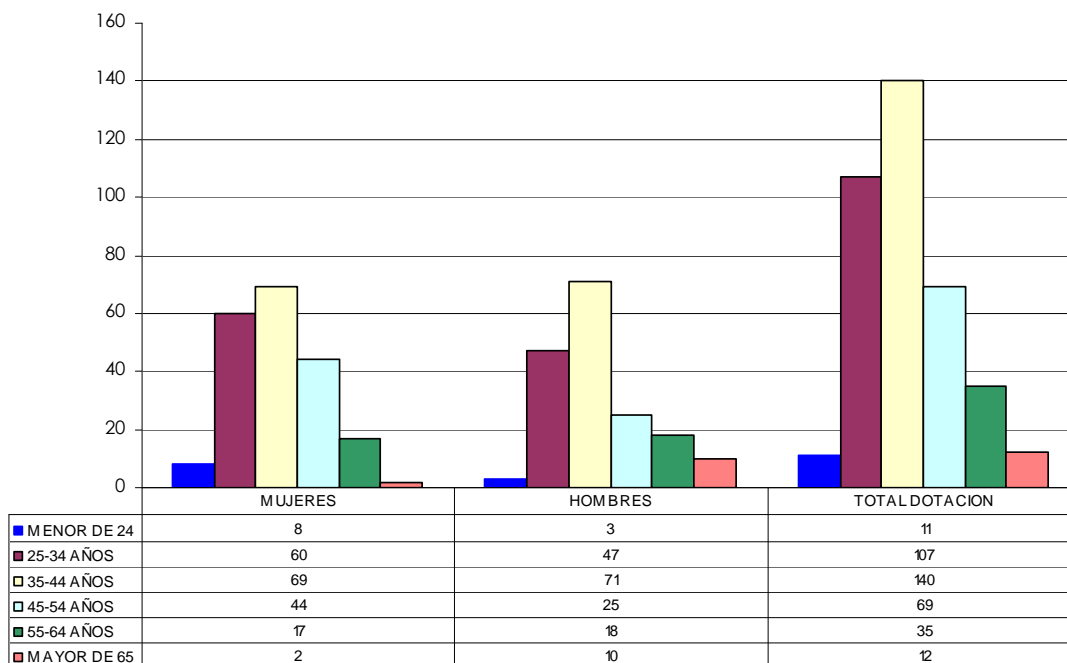


1 Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de la ley N° 15.076, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2005. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

Dotación Efectiva año 2006 por Estamento (mujeres y hombres)



Dotación Efectiva año 2006 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



• **Recursos Financieros**

a. **Recursos Presupuestarios año 2006 Moneda Nacional**

PROGRAMA 01 “Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales”

Recursos Presupuestarios 2006			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto M\$	Descripción	Monto M\$
Aporte Fiscal	6.391.150	Corriente ²	7.133.957
Endeudamiento ³		De Capital ⁴	46.014
Otros Ingresos ⁵	1.123.625	Otros Gastos ⁶	334.804
TOTAL	7.514.775	TOTAL	7.514.775

PROGRAMA 02 “Promoción de Exportaciones”

Recursos Presupuestarios 2006			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto M\$	Descripción	Monto M\$
Aporte Fiscal	3.253.614	Corriente	3.383.553
Endeudamiento		De Capital	17.523
Otros Ingresos	1.845.447	Otros Gastos	1.697.985
TOTAL	5.099.061	TOTAL	5.099.061

b. **Recursos Presupuestarios año 2006 Moneda Extranjera**

PROGRAMA 01 “Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales”

Recursos Presupuestarios 2006			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto MUS\$	Descripción	Monto MUS\$
Aporte Fiscal	10.901	Corriente	10.402
Endeudamiento	561	De Capital	328
Otros Ingresos	2.448	Otros Gastos	3.180
TOTAL	13.910	TOTAL	13.910

PROGRAMA 02 “Promoción de Exportaciones”

Recursos Presupuestarios 2006			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto MUS\$	Descripción	Monto MUS\$
Aporte Fiscal	1.857	Corriente	7.056
Endeudamiento		De Capital	
Otros Ingresos	10.078	Otros Gastos	4.879
TOTAL	11.935	TOTAL	11.935

2 Los gastos Corrientes corresponden a la suma de los subtítulos 21, 22, 23 y 24.

3 Corresponde a los recursos provenientes de créditos de organismos multilaterales.

4 Los gastos de Capital corresponden a la suma de los subtítulos 29, subtítulo 31, subtítulo 33 más el subtítulo 32 ítem 05, cuando corresponda.

5 Incluye el Saldo Inicial de Caja y todos los ingresos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

6 Incluye el Saldo Final de Caja y todos los gastos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

2. Resultados de la Gestión

• Cuenta Pública de los Resultados, Balance Global

En el año 2006, la gestión de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales – DIRECON - estuvo orientada principalmente a seguir avanzando en el proceso de integración a la economía mundial y en el aprovechamiento de las oportunidades surgidas de los Acuerdos Comerciales suscritos por Chile. Para estos efectos la DIRECON organizó y realizó acciones en dos grandes áreas: a) negociaciones comerciales e implementación y administración de acuerdos y b) promoción de exportaciones.

Durante el año 2006, entraron en vigencia el Tratado de Libre Comercio (TLC) con China, se anunció el inicio de segunda fase de las negociaciones con el propósito de incorporar los capítulos de servicios e inversiones, y el Acuerdo de Asociación con Nueva Zelanda, Singapur y Brunei, acuerdos que continúan consolidando la estrategia definida por el Gobierno de enfatizar las relaciones con países del Asia. Además finalizaron los trabajos de los Grupos de Estudios Conjunto con Malasia y Tailandia, ambos con positivos resultados.

En el año 2006, una de las tareas prioritarias fue iniciar negociaciones para avanzar en un TLC entre Chile y Japón, tarea que concluyó exitosamente. Luego de la revisión legal, éste será firmado en marzo del año 2007, en Tokio, Japón, posteriormente dicho acuerdo estará en condiciones de ser presentado en el Congreso. A su vez, se ampliaron y profundizaron acuerdos vigentes, en particular Colombia y Perú, destacándose además los importantes avances en preferencias arancelarias con Bolivia, se firmó el capítulo de compras públicas en el TLC con Canadá, y concluyeron las negociaciones de este Capítulo en el TLC con México.

Por otro lado, especial atención tuvieron las relaciones económicas con nuestros vecinos más inmediatos, destacándose las siguientes acciones: activa participación en la profundización del Acuerdo de Complementación Económica N° 32 entre Chile y Ecuador, suscribiéndose los protocolos adicionales sobre Servicios, Inversiones y Solución de Controversias entre Chile y Ecuador. Se realizó la Reunión Ordinaria de la Comisión Administradora del Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y Bolivia, ACE N °22, en dicha reunión se constituyó el Comité de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, así como la revisión de los programas de trabajo de los demás Comités existentes y definición de los puntos de contacto (silvoagropecuario, turismo, asuntos comerciales, promoción comercial, aduanas y de cooperación). Por otro lado, concluyó la primera etapa, de un estudio para el monitoreo y seguimiento de las inversiones chilenas en el exterior, que incluye a Argentina, Brasil, Perú y Uruguay. Dada la importancia de estas materias en nuestra política económica exterior, se crea en la DIRECON el Departamento de Inversiones en el Exterior, el que coordinará y monitoreará las acciones dirigidas a favorecer la internacionalización de la empresa chilena, en materia de inversiones directas en el extranjero, en coordinación con las Embajadas, oficinas comerciales de Chile en el exterior, así como con otros organismos del Estado.

A lo anterior, se unen las acciones realizadas para la implementación y administración los TLC suscritos por Chile, lo cual permitió cumplir satisfactoriamente los compromisos institucionales asumidos con nuestros socios comerciales, especialmente con la Unión Europea, Canadá y México.

En lo que se refiere a la participación en los foros multilaterales, cabe destacar la participación en el proceso de consultas entre los Miembros de la OMC con el objetivo de revitalizar las negociaciones de la Ronda de Doha. La participación en la Reunión Conclusiva de Altos Representantes (CSOM), Ministerial Conjunta y Cumbre de Líderes Económicos APEC, con diversos sectores nacionales responsables del

desarrollo y ejecución temas de la agenda del Foro y el seguimiento a la participación de expertos en actividades OCDE, lo cual se enmarca en el interés de Chile para ingresar como miembro pleno a este importante organismo internacional.

En relación al área de promoción de exportaciones, las acciones se centraron en el aprovechamiento de las oportunidades surgidas a partir de los Acuerdos Comerciales suscritos por Chile. Así se promovió el aumento de las exportaciones de productos y servicios, velando por el incremento del valor de los mismos, el aumento en el número de empresas exportadoras, especialmente las pequeñas y medianas empresas exportadoras y la diversificación de los mercados de destino y de la oferta exportable nacional.

En el año 2006 se realizaron cerca de 1.400 actividades de promoción de exportaciones, concentrándose en mercados con acuerdos comerciales vigentes, principalmente en EE.UU, Europa, México, Corea y América del Sur. Se destacan misiones sabores de Chile en Asia y México, Muestra y Cata de vinos, a lo que se suman misiones comerciales, seminarios, show room en sectores tales como: manufacturas, textil y confecciones, servicios profesionales, audiovisual, bonos de carbono, muebles, forestal, proveedores de la minería, entre otros. Además de la participación en 41 ferias internacionales, la mayoría las más importantes en su sector.

A objeto de contribuir a la regionalización del desarrollo, se realizaron una serie de acciones tendientes a fortalecer la Red de Oficinas a lo largo de Chile, sumando a la Región Metropolitana, con lo que a la fecha totalizan 13 Oficinas Regionales. Se avanzó además en los estudios de clusters potenciales regionales, los que pusieron a disposición de las Agencias de Desarrollo Regional.

Se fortaleció la Red de Oficinas Comerciales, abriéndose dos nuevas Oficinas, una en Ho Chi Minh, Vietnam, y la otra en Dubai, Emiratos Arabes Unidos. Cabe señalar, que se ha dado a las oficinas comerciales un enfoque más regional que bilateral, a fin de tener una mayor cobertura en los mercados externos.

Finalmente, en el ámbito vecinal el trabajo fue intenso y focalizado, se desarrolla un Plan de Trabajo Vecinal con los países limítrofes, Argentina, Bolivia y Perú, destacándose las alianzas empresariales para salir a terceros mercados, Semanas de Chile en Buenos Aires y Lima, ferias en las cuales Chile sido invitado oficial. Paralelamente, las Oficinas Regionales a lo largo del país, tienen como tarea especial desarrollar la relación comercial con las regiones, departamentos y/o provincias directamente contiguas del país vecino, acción que se profundizará en el año 2007.

Resultado de la Gestión por Productos Estratégicos

Información Comercial

Este producto está orientado a entregar información comercial relacionada con el proceso de internacionalización, tanto general como específica, con énfasis en la información de oportunidades comerciales en el exterior, especialmente de los mercados con los cuales Chile tiene acuerdos comerciales vigentes. Este producto estratégico está dirigido a la sociedad chilena en su conjunto, en particular a las empresas exportadoras y empresas con potencial exportador.

En el año 2006 los servicios de información comercial alcanzaron a 887.094 atenciones, un 18% más que el año 2005, éste incremento se explica, principalmente, por la incorporación de nuevos servicios de información a las atenciones prestadas a través del sitio Web, www.prochile.cl, del call center, fonosexport, del centro de atención, cybercenter, y la difusión selectiva, como son las atenciones mediante la web

institucional, www.direcon.cl, orientada a entregar información del ámbito de negociaciones, estudios de mercado a pedido, e informes estratégicos de mercado, que se distribuyen selectivamente al sector exportador o con potencial exportador.

A esto se une la implementación de acciones que permitieron incorporar y mejorar las tecnologías de información existentes, optimizando así los mecanismos de sistematización y difusión de la información comercial en cuestión.

Apoyo a estrategias de comercialización internacional

Mediante éste producto estratégico se apoya el diseño y/o ejecución de estrategias de comercialización internacional de empresas exportadoras o con potencial exportador. Este apoyo se orienta, principalmente, a sectores y mercados con reales oportunidades comerciales para la oferta exportable del país, durante el año 2006 se diseñaron y ejecutaron planes sectoriales en subsectores priorizados, agrupados en alimentos procesados, servicios, industria y productos agropecuarios.

En general, éste producto apoya proyectos de promoción de exportaciones, los cuales son cofinanciados entre la institución y las empresas participantes, y están orientados a ejecutar acciones de promoción comercial que contribuyan al incremento en las exportaciones, en particular las no tradicionales. En el año 2006 se apoyó un total de 359 proyectos de promoción de exportaciones.

Al año 2006 los clientes de la institución alcanzaron a 3.500, lo que implicó un incremento del 23% con respecto al año 2005. A su vez, las exportaciones totales de éstos clientes alcanzaron a 9.254 millones de dólares, un 17% más que el año 2005.

Apoyo en los mercados de destino

Este producto está orientado a prestar apoyo, desde los mercados externos, a las empresas exportadoras o con potencial exportador, a través de las oficinas y representaciones comerciales en el exterior, las cuales están ubicadas estratégicamente en más de 40 países.

En el año 2006, éstas oficinas y representaciones orientaron sus acciones a mejorar los mecanismos de apoyo a los clientes objetivos, especialmente, optimizar su red de contactos comerciales locales y de interés al proceso exportador y generar información estratégica de mercado.

En este sentido, la red de contactos locales alcanzó un total de 11.288 importadores, lo que significa un 101% de crecimiento con respecto al año 2005. Esto permitirá que dichas oficinas y representaciones comerciales puedan generar más y mejores agendas de negocios a las empresas chilenas exportadoras o con potencial exportador.

Por otro lado, se elaboraron cerca de 400 informes de mercado, éstos son generados por las oficinas y representaciones comerciales, a nivel de país y producto o servicio y entregan información con valor agregado directamente desde los mercados, como por ejemplo: potencial del producto o servicio, requisitos y barreras de ingreso, competencia, canales de comercialización, recomendaciones de estrategia y actividades de promoción de exportaciones, entre otros. Estos son difundidos a través de la página web institucional y enviados por mailing directo a los clientes de la institución.

Acciones de promoción comercial

A través de éste producto se apoya la ejecución de actividades de promoción de exportaciones, de responsabilidad tanto de la institución como del sector privado, específicamente empresas exportadoras o con potencial exportador. En el año 2006 se apoyaron y cofinanciaron 359 proyectos de promoción de exportaciones, el cofinanciamiento privado fue de un 60% del presupuesto total de los proyectos en cuestión, 5 puntos porcentuales más que el año 2005.

Esto implicó realizar cerca de 1.400 actividades de promoción de exportaciones, de las cuales el 74% se concentró en mercados con acuerdos comerciales vigentes, principalmente en EE.UU, Europa, México, Corea y América del Sur. Esto permitió apoyar la ejecución de estrategias de prospección, penetración y en algunos casos, de consolidación en los mercados externos, de diversos sectores productivos del país. En este sentido, se destacan misiones sabores de Chile en Asia y México, Semana de Chile en Buenos Aires, Muestra y Cata de vinos, a lo que se suman misiones comerciales, seminarios, show room en sectores tales como: manufacturas, textil y confecciones, servicios profesionales, audiovisual, bonos de carbono, muebles, forestal, proveedores de la minería, entre otros. Además de la participación en 41 ferias internacionales, un 83% se realizó en mercados con los cuales Chile tiene acuerdos comerciales y en su mayoría son las más importantes del sector, con una participación total de 550 empresas, lo que contribuye fuertemente a la ejecución de las estrategias de inserción comercial en los mercados externos, lo que se ve reflejado en las cifras de exportación mencionadas en el producto “apoyo a estrategias de comercialización internacional”.

Implementación, administración y negociación de acuerdos

El Gobierno implementa, mediante acuerdos internacionales, una política que permite consolidar sus relaciones comerciales con el mundo tanto en materia de bienes y servicios como de inversiones. A la fecha, dispone de Tratados de Libre Comercio (TLC's) y Acuerdos de Complementación Económica (ACE's) que abarcan más del 80% de su comercio exterior. Debido a lo anterior, el fortalecimiento de la institucionalidad para hacer frente a los múltiples requerimientos que demandan los acuerdos comerciales ha sido uno de los objetivos prioritarios de la DIRECON. Lo anterior, sin dejar de lado su rol fundamental de conducir y participar en las negociaciones de nuevos acuerdos comerciales y en la defensa de los intereses comerciales.

Por otro lado, otra de las tareas prioritarias fue iniciar negociaciones para avanzar en un TLC entre Chile y Japón, tarea que concluyó exitosamente. Este implica que dicho acuerdo, será firmado en marzo del año 2007, en Tokio, Japón y luego estará en condiciones de ser presentado en el Congreso.

Además se ampliaron y profundizaron acuerdos vigentes como son Colombia y Perú, los se espera que durante el año 2007 concluyan su aprobación legislativa y entren en vigencia.

3. Cumplimiento de Compromisos Institucionales

Informe de Programación Gubernamental

En el marco de la Programación Gubernamental, la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales – DIRECON - comprometió 11 productos estratégicos. A continuación se destacan los avances y logros alcanzados:

En relación al objetivo “Negociar y promover la profundización de acuerdos internacionales de carácter económico-comercial, dando cumplimiento a las decisiones del Comité Interministerial de Negociaciones

Económicas Internacionales, ..”, se destacan los avances en dos productos: el “Negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio con Japón”, la negociación con este país, la segunda economía del mundo, fue una de las tareas prioritarias durante el año 2006, se logró concluir la negociación de la gran mayoría de los temas, quedando solo algunos ajustes finales a temas puntuales y la revisión legal para su firma, la que se espera se concrete en marzo del año 2007. Y “Estudios de factibilidad para un Acuerdo de Libre Comercio con Tailandia y Malasia”, se lograron positivos resultados luego del trabajo de los Grupos de Estudios Conjunto, esto implicará que en el año 2007 se iniciarán negociaciones con Malasia, y en caso de Tailandia dependerá si las condiciones políticas lo permiten.

En el objetivo “Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y de acceso a mercados derivadas de los Acuerdos suscritos”, hacemos mención a 3 productos: “Implementación y administración de los Acuerdos de Libre Comercio con Asia (China, India, P-4 y Corea)” donde destacamos la entrada en vigencia desde el 01 de octubre de 2006 del TLC con China y el P-4 finalizó su tramitación y entró en vigencia el 08 de noviembre de 2006. En el producto “Implementación y administración de los Tratados de Libre Comercio (TLC) con Norteamérica (Chile-EE.UU, Canadá y México)”, se destaca la firma del capítulo de Compras Públicas en la Cumbre de Líderes APEC en Vietnam para ser incorporado en el TLC con Canadá, y en relación al TLC con México, concluyeron las negociaciones de este mismo Capítulo y el Estudio de Evaluación de este Tratado.

En éste mismo objetivo, en el producto “Implementación y administración de los acuerdos suscritos con América Latina”, se destaca la Resolución por término de controversia del tratamiento arancelario del azúcar en el marco del Acuerdo de Complementación Económica con Colombia; la exitosa suscripción en el mes de agosto de 2006 de un Tratado de Libre Comercio con Perú y el avance de las negociaciones con Ecuador, con miras a suscribir un Acuerdo de Libre Comercio con ese país

Con respecto al objetivo “Maximizar el impacto real de las acciones de promoción de exportaciones, dentro del contexto de la política económica internacional que fije el Gobierno...”, a través de la ejecución del producto “Acciones de promoción y difusión comercial para mercados con acuerdos comerciales”, se destaca la realización de 1.307 actividades de promoción de exportaciones, tales como misiones comerciales, traída de compradores, participación en ferias internacionales, realización de seminarios, en sectores tales como manufacturas, textiles, servicios profesionales, audiovisual, bonos de carbono, forestal, muebles, entre otros. En este sentido, el 74% de estas actividades se concentraron en países con los cuales Chile tiene acuerdos comerciales vigentes, particularmente en Estados Unidos, Europa, México, Corea y América Latina. A modo de ejemplo, podemos destacar la realización del Seminario “Oportunidades que ofrece el reciente TLC Chile-Panamá”, el Seminario “Alimentos Gourmet en Estados Unidos y la realización del “Festival Gastronómico de Chile” realizado en México.

Adicionalmente, se destacan las misiones Sabores de Chile en Asia y México, la semana de Chile en Buenos Aires – Argentina y el evento Muestra y Cata de Vinos realizado en 15 países. En este contexto y, por último, subrayamos la participación en 34 ferias internacionales, donde el 83% de ellas se concentró en países con los cuales Chile ha suscrito acuerdos comerciales.

Por último, en el objetivo “Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en los Sectores relevantes para el país, manteniendo una imagen país sólida...” podemos mencionar los resultados en el producto “Diseño e implementación de estrategias y planes de acción que contribuyan a aumentar el impacto de las acciones de promoción de exportaciones”, se diseñaron e implementaron acciones enmarcadas en 74 planes sectoriales de los subsectores priorizados por la institución, agrupados

en 4 macro sectores como son alimentos procesados, productos agropecuarios, servicios e industrias. A esto se suma la elaboración de Perfiles de Oferta Exportable del 85% de los subsectores priorizados, documentos desarrollados por nuestras Unidades Sectoriales y Oficinas Regionales. En relación al producto “Diseño e implementación de Plan Estratégico regional de promoción de exportaciones”, se destaca el término de las 12 consultorías de “Estudio e Identificación de Cluster Regionales”.

A su vez, en el producto “Diseño e Implementación de un Plan de Posicionamiento de la Imagen de marca Chile”, se destaca la realización de acciones publicitarias nacionales e internacionales, como por ejemplo: las gigantografías en el aeropuerto internacional Comodoro Arturo Merino Benítez y en una línea aérea nacional. En el ámbito internacional, destaca el inicio de los programas de Imagen País en China, Corea, Estados Unidos, Alemania y Francia, las que permitirán a partir del año 2007 realizar acciones en los distintos públicos objetivos, según el mercado.

4. Desafíos 2007

En materia de negociaciones internacionales, las prioridades serán contribuir a la aprobación parlamentaria de los Tratados de Libre Comercio con Japón, Honduras y Panamá, los Acuerdos de Libre Comercio con Colombia y Perú y el Acuerdo de Alcance Parcial con India y Cuba. Continuar las negociaciones recientemente iniciadas con China en materias de servicios e inversiones. Iniciar las negociaciones para los TLC entre Chile y Australia y Malasia, respectivamente y si las condiciones políticas lo permiten, con Tailandia. Por otra parte se iniciará un estudio conjunto de factibilidad para un TLC con Vietnam.

Se continuarán con las tareas para la implementación, administración y seguimiento de los Acuerdos en vigor. En particular, se pueden destacar las siguientes acciones: con México la participación en las reuniones de los nuevos temas de negociación, incluidas las de servicios financieros, y revisión legal y posterior implementación del capítulo negociado de compras públicas; con Canadá se participará en las reuniones de los nuevos temas de negociación, incluidas las negociaciones en servicios financieros, y la implementación del capítulo recientemente firmado de compras públicas; con EE.UU. está la participación en las reuniones de los comités de implementación del Acuerdo e implementar un plan piloto, en el marco de compras públicas, para participar en los procesos de licitación del sector público de EE.UU.

Respecto a Europa, continuar la implementación y administración del TLC con EFTA y Acuerdo de Asociación con la UE, profundizar las relaciones, buscando fórmulas de cooperación con los países afines, tales como Noruega miembro de EFTA, Irlanda y Finlandia, y entre otros miembros del Acuerdo con la UE.

Para reforzar las relaciones con los países de la región, especialmente con los países vecinos, es de gran interés profundizar los actuales acuerdos comerciales ampliando la apertura a los ámbitos de servicios, inversiones y compras gubernamentales. Asimismo, se continuará participando en la Comisión Mixta Chile-CAN, establecida en noviembre del 2006 para lograr el ingreso de Chile como país asociado a la Comunidad Andina de Naciones.

A lo anterior, se suman las prioridades para contribuir activamente al fortalecimiento del sistema multilateral de comercio, a nivel global y regional, que establezca un marco normativo y jurídico que asegure la igualdad de todos los países en sus relaciones económicas, independiente de su tamaño o nivel de desarrollo. En APEC se abordará técnicamente la agenda APEC Australia 2007 acorde con los lineamientos de nuestra política exterior en el área Asia Pacífico, con el objeto de asegurar el mejor

escenario del encuentro político de Líderes de las economías integrantes del Foro programado para septiembre del 2007. Con respecto a OCDE, se coordinará la participación en las actividades programadas, reforzando el interés de Chile de ser miembro pleno de dicho organismo internacional.

En promoción de exportaciones, se continuará trabajando para apoyar la exportación de nuevos productos y servicios, nuevas empresas, especialmente pequeñas y medianas empresas exportadoras y nuevos mercados o nichos de mercado, así como en el desarrollo de nuevas prácticas y procesos de comercialización internacional. En este sentido, se destaca la creación a partir del año 2007, de dos nuevos Fondos de Promoción: Servicios y Nuevos Negocios y Manufacturas y Productos del Mar, lo que complementará el apoyo al sector exportador.

En este contexto, es fundamental fortalecer la gestión tanto de las Oficinas a lo largo del país así como las Oficinas Comerciales en los mercados externos. En el caso de las regiones se avanzará en optimizar los mecanismos para levantar y orientar la oferta exportable regional y en la ejecución de más y mejores planes de promoción comercial. Con respecto a la Oficinas en el exterior, se potenciará la idea que sean oficinas de negocios para Chile, y en algunos casos asuman un rol más de cobertura regional que bilateral.

Por otro lado, se continuará implementando la campaña Imagen País “Chile, All Ways Surprising” plataforma comunicacional público-privada, destinada a proyectar y hacer más competitivo internacionalmente a Chile. A través de esta imagen, se puede comunicar la esencia de lo que Chile es para atraer el turismo, las inversiones y aumentar las exportaciones, especialmente énfasis tendrá el trabajo conjunto con el sector privado, orientado a una estrategia de largo plazo.