



Dirección de Relaciones Económicas Internacionales

## **INFORME DE CONTENIDO TÉCNICO Y FINANCIERO**

I SEMESTRE AÑO 2011

## INDICE

1.	ANTECEDENTES GENERALES .....	3
1.1	ANTECEDENTES GENERALES DEL CONVENIO DE TRANSFERENCIA DE FONDOS .....	3
1.2	OBJETIVO GENERAL.....	4
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.4	PRINCIPALES HITOS DEL TRIMESTRE.....	5
2.	ANTECEDENTES FINANCIEROS.....	15
3.	ANTECEDENTES TÉCNICOS Y DE GESTIÓN.....	16
3.1.	FORMULARIO DE AVANCE DE EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES CONVENIO DE TRANSFERENCIA DE FONDOS 2011 ENTRE SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DIRECON .....	16
3.2	INFORME DE CUMPLIMIENTO DE INDICADORES DE DESEMPEÑO .....	17
	ANEXOS.....	25

# 1. ANTECEDENTES GENERALES

## 1.1 ANTECEDENTES GENERALES DEL CONVENIO DE TRANSFERENCIA DE FONDOS

RESOLUCIÓN N°	43
FECHA TOTAL TRAMITACIÓN DE LA RESOLUCIÓN	29/06/2011
MONTO DE LA TRANSFERENCIA	M\$ 8.415.958
CONTRAPARTE DE INSTITUCIÓN	Alejandro Moya Araya
CONTRAPARTE SUBSECRETARÍA OFICIALIZADA EN DOCUMENTO (NÚMERO Y FECHA)	Francisca Silva
GLOSAS LEY PRESUPUESTOS 2011	<p>GLOSA 7: Con cargo a esta asignación se transferirán recursos sujetos a la firma de Convenios entre esta Subsecretaría y la entidad receptora, con especificación de montos, plazos y objetivos específicos de los proyectos a financiar.</p> <p>GLOSA 9: Se publicará y actualizará periódicamente, en la página web de la Subsecretaría de Agricultura lo siguiente:</p> <p>a) Contratación de Consultores.</p> <p>b) Asignación de todos los programas mencionados, indicando beneficiarios individualizados por comuna y región.</p>
GARANTÍA	-
TIPO DE DOCUMENTO	-
EMISOR	-
MONTO	-

### Cuadro N° 1 Modificaciones al Convenio.

MODIFICACIÓN (RESOLUCIÓN N° DE FECHA DD/MM/AÑO)	
MONTO TRANSFERENCIA POST MODIFICACIÓN	
MOTIVO DE LA MODIFICACIÓN	
PRODUCTO ESTRATÉGICO/ ACTIVIDAD/ CLÁUSULA INVOLUCRADO	
MODIFICACIÓN	
FECHA DE CUMPLIMIENTO NUEVO	
PRODUCTO/ACTIVIDAD	
GARANTÍA	
TIPO DE DOCUMENTO	
EMISOR	
MONTO	

## 1.2 OBJETIVO GENERAL

Regular la transferencia de recursos dispuesta a favor de DIRECON en la Ley N° 20.481, a objeto de promover el aumento y diversificación de las exportaciones silvoagropecuarias no tradicionales de las empresas chilenas. Se consideran no tradicionales todos los productos del rubro, excepto la madera aserrada y cepillada.

## 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Generación de instrumentos para:
  - i. Estimular la participación del sector exportador silvoagropecuario en acciones de promoción de exportaciones asegurando los principios de competitividad, sustentabilidad, transparencia y libre acceso;
  - ii. Promover el desarrollo exportador, favoreciendo su descentralización, el fomento regional y una mayor diversificación, aprovechando el espacio de los nuevos acuerdos comerciales y los programas de fomento e innovación;
  - iii. Crear estructuras de apoyo a los pequeños y medianos empresarios silvoagropecuarios para favorecer su inserción en el mercado internacional;
  - iv. Reforzar la diplomacia agrícola a través de las agregadurías agrícolas.
  - v. Favorecer que las empresas silvoagropecuarias tengan acceso al aprovechamiento de las oportunidades que se derive de los acuerdos comerciales vigentes; y
  - vi. Permitir el desarrollo de capacidades exportadoras que faciliten la realización de estrategias sustentables en los mercados externos, en el segmento de las pequeñas y medianas empresas exportadoras silvoagropecuarias.
2. Apoyo para las siguientes líneas de acción:
  - i. Generación y difusión de información, para que los agentes económicos de los mercados internacionales reciban información oportuna, pertinente y de alta calidad sobre el sector silvoagroexportador chileno, sus productos, procesos y empresas;
  - ii. Generación y difusión de información, para que las empresas silvoagropecuarias chilenas tengan acceso a información y conocimientos pertinentes y de alta calidad, sobre las características y condiciones de los mercados, clientes y consumidores extranjeros;
  - iii. Desarrollo de las empresas silvoagropecuarias chilenas, en la capacidad de identificar nichos de mercado que permitan a nuestro país posicionarse en los países desarrollados y en vías de desarrollo, no sólo con materias primas, sino con productos de mayor valor agregado; y
  - iv. Proponer acciones de promoción comercial de empresas exportadoras silvoagropecuarias dirigidas a productos con mayor grado de elaboración a nivel nacional o regional.

## 1.4 PRINCIPALES HITOS DEL I SEMESTRE

A continuación se detalla los principales hitos del semestre de acuerdo al Convenio de Transferencia entre el Ministerio de Agricultura y Direcon. Adicionalmente, se entrega como Anexo n°1 un cuadro con la planificación inicial de todos los programas financiados por el fondo Silvoagropecuario y el detalle del estado de avance de las actividades ejecutadas correspondientes al primer semestre.

### 1.4.1 ACCIONES DE PROMOCIÓN COMERCIAL PARA LA INTRODUCCIÓN, PENETRACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE MERCADOS

#### a) Concurso de Promoción de Exportaciones

El monto ejecutado para Concurso de Promoción de Exportaciones al 30 de junio de este año fue de M\$ 1.894.444, lo que significa un avance de casi un 53% respecto a lo programado en el año 2011 (M\$ 3.550.142)

Los concursos tienen como objetivo co-financiar estrategias de promoción de exportaciones provenientes del sector privado a nivel empresarial y sectorial (iniciativas realizadas por los gremios, ASOEX, WoC, etc.). El primer trimestre se ha realizado la adjudicación de los proyectos del Primer Concurso de Promoción de Exportaciones (lanzado el año 2010) y además se hizo un segundo llamado el día 28 de febrero para iniciativas empresariales y sectoriales. En el segundo trimestre, comenzaron a ejecutarse los proyectos aprobados del primer concurso, mientras que paralelamente se realizó la adjudicación de los proyectos del Segundo Concurso de Promoción de Exportaciones, seguido por la elaboración de convenios que aún se mantiene en proceso.

#### Primer Concurso de Promoción de Exportaciones

En el siguiente cuadro se muestra el detalle de los proyectos aprobados en el Primer Concurso de promoción de exportaciones:

**Cuadro N°2 Proyectos Primer Concurso**

<b>Estrategia</b>	<b>Proyectos Aprobados al II Trimestre</b>	<b>Proyectos con Convenio elaborados</b>	<b>Presupuesto Adjudicado Año 2011 (MUS\$)</b>
Sectorial	35	32	4.547
Empresarial	108	101	1.155
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>133</b>	<b>5.702</b>

Hasta el 30 de junio, más de 100 proyectos del primer concurso ya se ejecutaron o están ejecutándose. El detalle de los 143 proyectos aprobados se entrega en el Anexo n°2.

#### Segundo Concurso de Promoción de Exportaciones

El segundo Concurso de promoción de exportaciones está en la etapa de elaboración de convenios. Los proyectos adjudicados al 29 de junio del 2011 se resumen en el siguiente cuadro y el detalle se entrega en el Anexo n°3.

**Cuadro N°3 Proyectos Adjudicados Segundo Concurso**

<b>Estrategia</b>	<b>Nro. Proyectos Adjudicados</b>	<b>Presupuesto Projectado por Adjudicar MUS\$</b>
Sectorial	15	392
Empresarial	102	656
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>1.048</b>

#### **b) Ferias Internacionales**

El monto ejecutado para la participación en Ferias Internacionales al 30 de junio de este año fue de M\$ 532.080, lo que significa un avance de casi un 53% respecto a lo programado en el año 2011 (M\$ 1.005.040).

Las ferias realizadas durante el primer semestre son las siguientes:

##### Fruitlogistica

Se realizó del 9 al 11 de febrero en Berlín, Alemania.

El N° de visitantes profesionales, contactos externos que se acercaron a los counter, para sostener reuniones con empresas incluidas en pabellón de Prochile/Chilean Fresh Fruit Association alcanzó aprox. 500.

Delegación chilena, Número de empresas:  
68 Empresas productoras y exportadoras

El stand de Chile atrajo nuevamente a un gran número de visitantes, las mesas disponibles fueron ocupadas en totalidad con visitantes de alta calidad durante los 3 días de la feria. La impresión casi unánime de las empresas participantes fue muy positiva, en cuanto a los resultados comerciales, al contacto con nuevos clientes y mercados, además del monitoreo de la oferta de la competencia. Esta posición fue corroborada por los directivos de ASOEX y FEDEFRUTA.

El posicionamiento del Chile fue totalmente coherente con los objetivos previamente definidos, se destacó también una adecuada proyección de imagen /país. La gran afluencia del público impactó a los expertos y fue evaluado de forma muy positiva por los expertos del sector.

En resumen, el stand y la participación de la delegación chilena cumplió altamente los objetivos que se tenían y acrecentó un capital de excelencia, en la percepción general de los empresarios visitantes, público profesional y autoridades feriales.

Cabe destacar que en esta feria se neutralizaron los efectos de la huella de carbono.

La anterior información proviene de la encuesta de satisfacción y resultados, que se realiza a los expositores.

### Biofach

Se realizó del 16 al 19 de febrero en Nüremberg, Alemania.

Delegación chilena, Número de empresas:  
6 Empresas productoras y exportadoras

En general los expositores evaluaron positivamente su participación en Biofach 2010, indicando que era la plataforma ideal para presentar sus productos orgánicos, al tratarse de la Feria más importante del sector, indicando que participarían en ella en el futuro. Es importante mencionar la gran cantidad de consultas recibidas en la feria donde el stand fue activamente visitado por importadores extranjeros preguntando por productos chilenos.

Cabe destacar que en esta feria se neutralizaron los efectos de la huella de carbono.

### Gulf Food Dubai

Se realizó del 27 de febrero al 2 de marzo en Dubai, Em. Árabes.

Delegación chilena, Número de empresas:  
10 Empresas productoras y exportadoras

Coordinadas por ProChile, las empresas participantes de la feria, mostraron sus productos y consiguieron contactarse con productores, expertos y comercializadores y distribuidores internacionales del mercado de los alimentos, bebidas y de tecnologías para la alimentación.

Además durante su participación en la feria, se realizaron distintas actividades como degustaciones de los productos exhibidos, un networking organizado por la cámara de comercio de Dubai, un networking organizado por ProChile donde las empresas expositoras tuvieron la posibilidad de invitar a contrapartes comerciales contactadas previo o durante la feria y, un networking organizado por el Export Development Corporation de Dubai.

### Antad

Se realizó del 9 al 11 de marzo en Guadalajara, México.

Delegación chilena, Número de empresas:  
7 Empresas productoras y exportadoras

Las empresas en general tuvieron buenos resultados. Cabe mencionar que existen empresas que han participado históricamente, y que continuarán participando el próximo año. Hay que evaluar el espacio para el próximo año.

### Prowein

Se realizó del 27 al 29 de marzo en Dusseldorf, Alemania.

Delegación chilena, Número de empresas:  
41 Empresas productoras y exportadoras, en su mayoría viñas.

Este 2011, la Feria fue visitada por más compradores especializados, que en la edición anterior. De igual modo, aumentó la presencia de expositores con respecto a la versión 2010 (se registró un aumento del 6,5% en el número de visitantes respecto al año anterior). Según las autoridades feriales, lo anterior es natural consecuencia del término de la crisis financiera que provocó recortes en los presupuestos de promoción y marketing de las empresas. Los organizadores señalaron un mayor interés de Gran Bretaña, Escandinavia, EE.UU. y Canadá, así como Europa Oriental - en especial Rusia, República Checa y Países Bálticos. Más visitantes también llegaron a Düsseldorf desde Asia, además de China, Tailandia y Hong Kong. Importante resultó también el aumento de vinos orgánicos en relación con los años anteriores, lo cual marca una tendencia creciente no solamente en el mercado alemán, sino también en el resto de Europa.

Respecto al pabellón de Chile, Prowien fue la primera feria del año 2011 en la cuál se usó la nueva imagen país definida para las ferias institucionales. Hubo una mejora notoria en el diseño, destacando su sobriedad y elegancia, lo que deja una tarea importante por superar en el circuito de ferias vitivinícolas del 2012.

Durante los 3 días de feria y en forma paralela a las reuniones particulares de cada viña, se habilitó un lugar común al Pabellón del « Nuevo Mundo » en el cual se desarrollaban charlas y degustaciones durante el evento. Allí se realizaron presentaciones de Sudáfrica, Chile, Australia, Argentina y Nueva Zelanda, que fue muy bien evaluado.

#### Seul Food & Hotel

Se realizó entre los días 26 y 29 de abril, Seúl, Corea del Sur.

Delegación chilena, Número de empresas:  
8 empresas productoras y exportadoras chilenas.

Respecto al stand chileno, el nuevo diseño atrajo a varios clientes y en general, los expositores se sintieron a gusto con el pabellón. Sin embargo, algunos expositores se quejaron de la ubicación, pues el pabellón no estaba muy centrado, sino más bien atrás del espacio ferial, por lo que se propone para la próxima feria buscar una ubicación más centrada. A pesar de ello, el stand de Chile se destacó y se recibieron muy buenos comentarios respecto de la elegancia del diseño y la calidad del stand.

En cuanto a los resultados, 3 empresas declaran haber concretado negocios por US\$ 762.000 durante la feria. Además, se han recibido varias consultas en la oficina, de empresas que están interesadas de contactar a los expositores (habiéndolos ubicado en el catálogo oficial de la feria). Estas abarcan: frutos secos, lácteos, acuícolas y marinos, lo que indica que la realización de la feria logró buenos resultados.

Cabe destacar, que la participación en la feria permitió difundir entre importadores y distribuidores las ventajas arancelarias de las que goza Chile en una amplia variedad de productos alimentarios.

#### London Wine Trade Fair

Feria de vinos que se realizó los días, 17, 18 y 19 de mayo en Londres, Inglaterra.

Delegación chilena, Número de empresas:  
23 empresas productoras y exportadoras de vino chileno.

Respecto al stand chileno, éste se destacó por su excelente diseño y gráfica, que fue alabado por visitantes locales de la industria del vino y también por exhibidores de la competencia. Chile logró mostrar una imagen moderna y limpia. El nuevo stand fue también bien recibido por las viñas chilenas que participaron este año, los que en cuanto a diseño y funcionalidad, lo calificaron con nota 4 (de un máximo de 5); las críticas de los

chilenos presente fueron dirigidas al refrigerador, su ubicación y reducido tamaño.

A pesar de ello, el stand genérico de Chile mostró unidad y uniformidad, una sola imagen de peso, presencia y fácil recordación. Esto es destacable a diferencia de, por ejemplo, la presencia de Argentina con tres imágenes distintas, en tres islas una al lado de la otra.

### NRA Show

Feria de alimentos, se realizó en Chicago, Estados Unidos, entre los días 21 y 24 de mayo.

Delegación chilena, Número de empresas:

7 empresas chilenas productoras y exportadoras de alimentos, representando diferentes sectores: fruta procesada, carnes, productos del mar, vinos, aceite de oliva, etc.

El N° de visitantes profesionales, contactos externos que se acercaron a los counters, para sostener reuniones con empresas incluidas en pabellón de Prochile alcanzó aproximadamente 700.

De acuerdo a la gran mayoría de los visitantes, el stand de Chile era el más atractivo de toda la feria. De acuerdo a lo destacado en la Sección Organización y responsabilidad, todas las empresas chilenas que participaron estaban muy satisfechas con los contactos hechos, la calidad del pabellón y el trabajo del equipo ProChile.

### Vinexpo Bordeaux

VINEXPO Bordeaux es una de las ferias de vinos y licores que muestra la oferta mundial del sector, abarcando todos los segmentos, desde vinos tradicionales, hasta orgánicos y del comercio justo, de empresas francesas y extranjeras.

Esta se llevó a cabo en Bordeaux, Francia, entre los días 19 y 23 de junio y se realiza de forma bienal, alternado con VINEXPO Asia-Pacific.

En este año 2011, los resultados preliminares de la Feria indican un número superior a 48.000 visitantes, de los cuales el 63% son franceses y el 37% restante es extranjero.

Delegación chilena, Número de empresas:

30 empresas productoras y exportadoras de vino.

Respecto al pabellón de Chile, éste se ubicó como todos los años en una de las esquinas del Hall 1, lugar destinado por la organización de Prochile y Wines of Chile para las viñas del "nuevo mundo", aunque en esta edición solo fueron representados por Argentina y Chile.

Se dispuso de un total de 310 metros cuadrados, utilizados para las 30 empresas participantes, más un espacio para ProChile y Wines of Chile.

En general los comentarios de las viñas fueron positivos. Las principales conclusiones por parte de los beneficiarios fue que les permitió hacer muchos contactos, incluso más de lo esperado para muchas de ellas, considerando que a principios de año ya se realizó otra Feria de vinos de alta importancia en Alemania (Prowein). La presencia de nuevos compradores, como los asiáticos por ejemplo, ayudó a mejorar la percepción del vino chileno.

### **c) Planes Estratégicos Sectoriales**

El monto ejecutado para la participación en Planes Estratégicos al 30 de junio de este año fue de M\$ 79.963, lo que significa un avance de casi un 14% respecto a lo programado en el año 2011 (M\$ 585.023).

El primer semestre se ha aprobado un total de 22 proyectos del producto planes estratégicos, de los cuales, 13 se han ejecutado. Entre los más destacados, están los relacionados al sector frutos secos y deshidratados, productos orgánicos, lácteos, entre otros.

El detalle de los proyectos realizados se entrega en el Anexo n°4.

### **d) Muestra y Catas**

El monto ejecutado para la participación en Muestras y Catas al 30 de junio de este año fue de M\$ 9.211, lo que significa un avance de 5% respecto a lo programado en el año 2011 (M\$ 175.007).

Durante el primer trimestre se realizó la primera Muestra y Cata de Chile en Moscú. Seminario de Late Harvest presentado por protagonistas de la industria chilena y del mercado ruso y luego un showroom en otro salón del mismo hotel con presencia de 36 viñas y 2 pisqueras.

Respecto al II Trimestre, no se realizaron las actividades programadas debido a diferentes razones de fuerza mayor, en las que destaca el terremoto en Japón que afectó la ejecución de MyC en Tokio y países vecinos, crisis económica en Europa, entre otros. Por ello, estas actividades se aplazaron para el segundo semestre de este año.

### **e) Sabores de Chile**

El monto ejecutado para la participación en Sabores de Chile al 30 de junio de este año fue de M\$ 54.802, lo que significa un avance de 40% de lo presupuestado al año, esto es M\$ 137.006.

Las actividades de este programa comenzaron durante este segundo trimestre. Moscú, Rusia, fue el primer destino de los eventos Sabores de Chile 2011, que se realizó entre los días 23 y 24 de junio, mientras que en Estambul, Turquía, se ejecutó entre los días 27 y 28 del mismo mes.

Respecto de los números de beneficiarios que participaron en Sabores de Chile en Moscú y Estambul, éstos fueron de 22 empresas productoras y exportadoras de alimentos.

Se debe destacar que en Sabores de Chile en Estambul, se contó con la participación del Director General de Relaciones Económicas Internacionales, don Jorge Bunster, junto con el Subsecretario del Ministerio de Agricultura, don Álvaro Cruzat. La presencia de ambas autoridades responde en parte al Tratado de Libre Comercio entre Chile y Turquía que entró en vigor a principios de año 2011, sumado a la promoción de productos de valor agregado en dicho mercado, entre otros objetivos.

### **f) Apoyo de Gestión de Mercados**

El monto ejecutado para la participación en Apoyo a Gestión de Mercados al 30 de junio de este año fue de M\$ 71.236, esto es un avance sobre el presupuesto programado (M\$125.005) de 57%.

Respecto al número de proyectos ejecutados durante el primer semestre de este año, estos totalizan 15, de los cuales, 8 pertenecen al continente asiático, 4 al mercado europeo, 2 al mercado norteamericano y 1 al mercado latinoamericano.

El detalle de los 15 proyectos ejecutados se entrega en Anexo n°5.

#### **g) Invitación a Operadores Relevantes en los Mercados Internacionales**

El monto ejecutado para la participación en Invitación a Operadores Relevantes en los Mercados Internacionales al 30 de junio de este año fue de M\$ 32.046, lo que significa un avance de 43% respecto a lo programado en el año 2011.

##### **- Viaje Prensa Especializada (Canadá-EE.UU-Brasil-Colombia-Suecia-Dinamarca-Corea del Sur)**

Se invitó a 7 periodistas de diferentes medios especializados a fin de mostrar al interior del país una de las acciones de promoción internacional que realiza la institución. Esta actividad contempló la visita y recorrido por varias ciudades que se complementa con la compañía de un Chef, el que supervisó la selección de productos y la elaboración de platos con ingredientes chilenos, conforme a recetas que incorporan las diferentes zonas de Chile; al mismo tiempo, se explicó metodológicamente a los asistentes la proyección de esta cocina, con una adecuada combinación de vinos. Todo esto en el contexto de la amplia oferta exportable en alimentos frescos y procesados que tiene actualmente Chile.

##### **- Invitación Chefs (España) evento "Ñam"**

Se invitó a 4 Chefs españoles y 1 periodista del mismo país, a quienes se les hizo una agenda que contempló el conocimiento de la oferta exportable de alimentos, en particular la tradición culinaria mapuche y las propuestas gastronómicas de diferentes cocineros chilenos, a fin de promover la oferta exportable del país en alimentos frescos y procesados. Los chefs españoles participaron posteriormente en el Festival Gastronómico "Ñam Santiago 2011".

Durante el segundo trimestre, no se realizaron actividades.

#### **h) Administración Agregadurías Agrícolas**

Reunión pendiente con Ministerio de Agricultura para definir el destino de los recursos remanentes.

El monto ejecutado a la fecha es de M\$760.000, esto es un avance de 53% respecto a lo programado (M\$ 1.430.713).

#### **i) Apoyo al Concurso de Promoción de Exportaciones**

El monto ejecutado para la participación en Apoyo al Concurso de Promoción de Exportaciones al 30 de junio de este año fue de M\$ 25.986, lo que significa un avance de 74% respecto a lo programado en el año 2011.

Conforme a lo programado, se realizaron en el semestre las publicaciones en los medios escritos para el lanzamiento del Segundo Concurso de Promoción de Exportaciones 2011, además de los gastos relacionados con la conformación de los comités de consolidación de las evaluaciones del Segundo Concurso de Promoción de Exportaciones.

## 1.4.2 CAPACITACIÓN Y ASESORÍAS PARA EL DESARROLLO DE CAPACIDADES EXPORTADORAS

A objeto de dar a conocer las herramientas del Programa, se realizó entre los días 14 y 15 de marzo de 2011, un Taller de Difusión que contó con la presencia de 11 asistentes de las Direcciones Regionales de ProChile.

### a) Coaching Exportador

Entre los meses de Enero a Marzo de 2011, se ha realizado el rediseño de esta herramienta, para lo cual se formó un Grupo o Directorio Coaching, conformado por profesionales del Subdepartamento, de la Dirección Regional RM con el apoyo de un consultor, quien analizó la experiencia de los años anteriores, dando paso a la nueva versión para el año 2011.

En el segundo trimestre, con el objeto de ejecutar esta actividad, se elaboraron los Términos de Referencia para la contratación de los servicios de planificación, organización y ejecución del programa "COACHING EXPORTADOR 2011". Estas se publicaron en el portal <http://www.mercadopublico.cl>.

La difusión de este programa se realizó a través de talleres informativos, el levantamiento por región y la visita a 189 empresas que manifestaron interés en participar, aplicando en total 157 Test de Potencialidad y Capacidad Exportadora, lo que permitió conformar los 15 grupos Coaching Exportador en 11 regiones del país planificadas.

Fundes Chile S.A fue la institución a quien se le adjudicó la herramienta Coaching Exportador 2011.

Respecto al inicio del Coaching Exportador, éste se definió para la primera semana de Julio, dando oficialmente el inicio a la herramienta de apoyo exportador que beneficiará a alrededor de 80 empresas.

El monto ejecutado al 30 de junio es de M\$5.222, esto es un avance de 3%. (Como se señaló, esto se debe a que las actividades partirían el próximo semestre).

### b) Cursos Presenciales

Durante los meses de enero a Marzo de 2011, se ha realizado un análisis de esta herramienta, con lo cual se determinaron los ciclos y módulos que deberá contener, los cuales son:

1. *Ciclo Formativo*, con módulos de 8 horas presenciales mas 8 horas de trabajo individual tiene por objeto, incorporar en el alumno conocimientos específicos en aspectos del comercio internacional.
2. *Ciclo Complementario*, de 4 horas presenciales mas 4 horas de trabajo individual, que tiene por objeto entregar nociones adicionales de utilidad para la gestión comercial internacional.
3. *Ciclo Proyecto Final*, de 4 horas presenciales mas 4 horas de trabajo individual, en el cual el alumno debe presentar un proyecto de exportación en el cual recoja el aprendizaje obtenido en el curso.

Durante el segundo trimestre se elaboraron los Términos de Referencia para el proceso de contratación del Servicio de planificación, organización, difusión y realización del curso "Diplomado en Comercio Internacional para diversos sectores productivos de bienes en 10 regiones del país", proceso que finalizó en el mes de abril.

La Universidad Central de Chile (Facultad de Economía y Negocios), fue la institución que cumplió con los intereses de la institución y servicio licitado.

Finalizado el proceso de licitación, se invitó a la entidad adjudicada a una primera reunión en conjunto con el equipo Coordinador de ProChile y la entidad que se adjudicó la implementación del "Coaching Exportador" con el objetivo de coordinar estrechamente ambas herramientas.

Respecto del inicio de las sesiones del Diplomado en Comercio Internacional quedaron establecidas para la primera semana de Julio.

El número de beneficiarios de este Programa será de aproximadamente un total de 180 a nivel nacional.

El monto ejecutado al 30 de junio totaliza M\$401, esto es un avance mínimo de 0,2% respecto del programa anual (M\$160.828).

En el Anexo n°6 se detalla el calendario del primer módulo, junto con Malla Curricular que comprende el desarrollo de un ciclo formativo, complementario y un proyecto final que consta de un Plan de Exportación para la empresa del participante

### **c) Herramientas de Capacitación Nacional**

Esta herramienta se ha focalizado en el desarrollo de talleres o seminarios en Chile, en torno a temáticas demandadas por sectores o empresas que manifiestan interés de participar en esta línea de trabajo, con el objeto de apoyar sus procesos de exportación.

En este Programa se contemplan actividades como realización de talleres, charlas técnicas, traída de expertos, publicaciones de interés para un sector, y actividades de inteligencia de mercado, entre otros. Los temas son seleccionados de común acuerdo entre el Equipo Central, el Sector o Dirección Regional de ProChile que demande la actividad.

Los expositores son profesionales de excelencia con una relevante y variada experiencia práctica y reconocimiento en el ámbito empresarial de procedencia nacional como internacional.

Estas herramientas están dirigida a empresarios nacionales, que hayan exportado anteriormente y deseen mejorar sus competencias, o bien que deseen exportar en un futuro próximo.

Los Talleres, Seminarios y Eventos relacionados con el sector agrícola que se han realizados en el segundo trimestre del año en las regiones del país han sido 4, impartidos en la ciudad de Talca, Concepción, Arica y Rancagua.

Respecto al monto ejecutado al 30 de junio, este llega a M\$506, esto es un avance mínimo de 1% respecto a lo programado en el año (M\$50.363).

La lista de los talleres que se han impartido en el primer semestre se entrega en el Anexo n°7.

### **d) Pre internacionalización**

Conjunto de actividades que permite al empresario realizar un aprendizaje en terreno, respecto de su mercado objetivo y sus productos y/o servicios. Estas actividades son organizadas en conjunto con las Oficinas Comerciales de ProChile del mercado de destino.

- Visitas Guiadas a Ferias y Misiones a mercados de interés
- Participación en seminarios y/o Congresos especializados realizados en el exterior

Durante los meses de Enero a Marzo de 2011, se han definido las ferias donde se realizaran estas actividades para lo cual se encuentra en fase de convocatoria la Visita Guiada a la Feria Sial desde el 25 de marzo al 03 de abril de 2011.

En el segundo trimestre, se difundió a través de la web institucional, Oficinas Regionales de ProChile y redes sociales, las convocatorias para postular a la herramienta de Pre internacionalización :

**Cuadro N°4. Actividades y Fechas de Convocatoria**

N°	Nombre Actividad	Inicio Convocatoria	Término Convocatoria
1	Feria Sial 2011	25/03/11	12/04/11 18:00
2	Feria Expo Belleza y Salud	25/03/11	20/06/11 18:00
3	Feria Anuga	25/03/11	27/04/11 18:00
	Misión de Prospección		
4	Feria Winter Fancy Food	25/03/11	20/07/11 18:00

Para participar en la Feria Sial 2011 desarrollada en Toronto, Canadá, manifestaron interés 8 empresas del sector Silvoagropecuario. De las 8 postulantes, 2 fueron objetadas por participar en el mismo evento como expositoras y 1 empresa no pudo asistir por problemas administrativos con sus documentos de identificación. Las restantes empresas fueron evaluadas y aprobadas positivamente.

En este segundo trimestre también finalizó convocatoria para participar de una visita guiada a Feria Anuga en Colonia-Alemania y Misión de prospección en la ciudad de Ámsterdam-Holanda. Para esta actividad, han postulado 12 empresas para 15 cupos, de las cuáles 10 confirmaron su asistencia a través de carta compromiso firmada ante notario.

En cuanto al monto ejecutado al 30 de junio, éste suma M\$12.325, lo que significa un avance de 15% respecto al total programado en el año 2011 (M\$80.845).

### 1.4.3. OTROS

#### a) Evaluación Impacto Fondo

En proceso de preparación de los Términos de Referencia, clarificando los objetivos del Proyecto para poder iniciar el proceso de licitación en el segundo semestre del año.

#### b) Proyecto TI

Se hizo un levantamiento de requerimientos a los sistemas institucionales, con el fin de tener un sistema óptimo para la toma de decisiones. Se está avanzando con la puesta en marcha de los requerimientos.

## **2. ANTECEDENTES FINANCIEROS**

El detalle de la transferencia, la existencia de déficit o excedentes de caja, fuentes de financiamientos, adquisición de activos fijos y otros será enviado una vez que se cierre la contabilidad (8 de cada mes).

### 3 ANTECEDENTES TÉCNICOS Y DE GESTIÓN

#### 3.1 Formulario de avance Ejecución de Actividades Convenio de Transferencia de Fondos 2011 entre Subsecretaría Agricultura y Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales.

Cuadro N°5

MINISTERIO: MINISTERIO DE AGRICULTURA			
INSTITUCIÓN: DIRECON			
PRODUCTOS PROGRAMADOS	I SEMESTRE		
	AVANCE	DESVIACIÓN	MEDIDAS CORRECTIVAS
Concursos De Promoción de Exportación	Cumple	-	
Participación en Ferias Institucionales	Cumple	-	
Planes Estratégicos	Cumple	-	
Muestra y Cata	Cumple	-	
Sabores de Chile	Cumple	-	
Apoyo Gestión de Mercados	Cumple	-	
Invitación a Operadores Relevantes en los Mercados Internacionales	Cumple	-	
Administración Agregadurías Agrícolas	Info ODEPA	-	
Apoyo Concurso de Promoción de Exportaciones	Cumple	-	
Evaluación de Impacto Fondo	Cumple	-	
Proyecto IT	Cumple	-	
Coaching Exportador	Cumple	-	
Cursos Presenciales	Cumple	-	
Herramientas de Capacitación Nacional	Cumple	-	
Pre-internalización	Cumple	-	
Gastos de Administración	Cumple	-	
<b>PPTO PROGRAMADO:</b>	<b>\$ 8.415.958</b>		
<b>PPTO EJECUTADO ACUMULADO:</b>	<b>\$ 3.424.582</b>		
<b>DESVIACIÓN (Monto):</b>	<b>\$ 0</b>		
<b>PORCENTAJE DESVIACIÓN:</b>	<b>0%</b>		

**3.2 INFORME DE CUMPLIMIENTO DE INDICADORES DE DESEMPEÑO**  
**Cuadro N°6. Avance cumplimiento trimestral Indicadores y Análisis de Resultados.**

N°	Nombre del indicador	Meta 2011	Avance Semestral	Avance Acumulado Anual	Análisis de Resultados de indicadores (*)	Fundamentación y justificaciones de no cumplimientos y sobrecumplimientos(**)	Compromisos Medidas Correctivas o preventivas	Plazos de cumplimiento de los Compromisos	Responsables
1	Porcentaje de empresas beneficiarias del Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias que exportan en un año respecto del total de empresas beneficiarias del Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias	50,5%	51,2%	51,2%	El resultado semestral indica que las empresas beneficiarias del Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias del año 2010 al mes de junio que exportaron en el año 2011 superaron la meta anual, lo que significa se subvaluó el efecto positivo del apoyo entregado a las empresas beneficiarias del FPESA.	Sobrecumplimiento: los apoyos (cofinanciamiento público) prestados del FPESA logra ser más efectivos de los proyectado.	No Aplica	30/012/2011	No Aplica

<p>Porcentaje de empresas beneficiadas en el año 2010 del programa Concurso Nacional de Exportaciones que exportan en el año 2011 con respecto al total de empresas beneficiarias del programa Concurso Nacional de Exportaciones en el año 2010</p>	<p>43,9%</p>	<p>41%</p>	<p>41%</p>	<p>El resultado semestral indica que los beneficiarios del <b>Concurso Nacional</b> del año 2010 al mes de junio que exportaron en el año 2011 están próximos a la meta anual, por lo que se está dentro de las proyecciones indicadas.</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Porcentaje de empresas beneficiadas en el año 2010 del programa Ferias Internacionales que exportan en el año 2011 con respecto al total de empresas beneficiarias del programa Ferias Internacionales en el año 2010</p>	<p>75,0%</p>	<p>75%</p>	<p>75%</p>	<p>El resultado semestral indica que los beneficiarios de <b>Ferias Internacionales</b> del año 2010 al mes de junio que exportaron en el año 2011 se mantienen alineados a la meta anual, lo que muestra que probablemente el año finalice con una subvaluación de los beneficios entregados en Ferias 2010.</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>	<p>No Aplica</p>

<p>Porcentaje de empresas beneficiadas en el año 2010 del programa Sabores de Chile que exportan en el año 2011 con respecto al total de empresas beneficiarias del programa Sabores de Chile en el año 2010</p>	<p>53,8%</p>	<p>56%</p>	<p>56%</p>	<p>El resultado semestral indica que los beneficiarios de Sabores de Chile al mes de junio del año 2010 que exportaron durante el 2011, sobrepasaron en 2 puntos la meta anual, lo que significa que se subvaluó el ciclo positivo del apoyo entregado a las empresas beneficiadas en dicho programa.</p>	<p>Sobrecumplimiento: los apoyos (cofinanciamiento público) prestados del FPESA logra ser más efectivos de los proyectado.</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>
<p>Porcentaje de empresas beneficiadas en el año 2010 del programa Muestra y Catas que exportan en el año 2011 con respecto al total de empresas beneficiarias del programa Muestra y Catas en el año 2010</p>	<p>74,4%</p>	<p>79%</p>	<p>79%</p>	<p>El resultado semestral indica que los beneficiarios de Muestras y Catas al mes de junio del año 2010 que exportaron durante el 2011, sobrepasaron en 4,6 puntos la meta anual, lo que significa que se subvaluó el efecto positivo del apoyo entregado a las empresas beneficiadas en dicho programa.</p>	<p>Sobrecumplimiento: los apoyos (cofinanciamiento público) prestados del FPESA logra ser más efectivos de los proyectado.</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>

<p>6</p> <p>Porcentaje de empresas beneficiadas en el año 2010 del programa <b>Planes Estratégicos</b> que exportan en el año 2011 con respecto al total de empresas beneficiarias del programa <b>Planes Estratégicos</b> en el año 2010</p>	<p>39,5%</p> <p>35%</p> <p>35%</p>	<p>El resultado semestral indica que los beneficiarios del <b>Programa Planes Estratégicos</b> del año 2010 al mes de junio que exportaron en el año 2011 están próximos a la meta anual, por lo que se está dentro de las proyecciones indicadas.</p>	<p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p> <p>30/01/2011</p> <p>No Aplica</p>
<p>7</p> <p>Porcentaje de empresas beneficiadas en el año 2010 del programa <b>PIAC</b> que exportan en el año 2011 con respecto al total de empresas beneficiarias del programa <b>PIAC</b> en el año 2010</p>	<p>9,8%</p> <p>5%</p> <p>5%</p>	<p>El resultado semestral indica que los beneficiarios del <b>Programa Planes Estratégicos</b> del año 2010 al mes de junio que exportaron en el año 2011 están cerca de la mitad de la meta anual, por lo que se está dentro de las proyecciones indicadas.</p>	<p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p> <p>30/01/2011</p> <p>No Aplica</p>

<p>Porcentaje de empresas beneficiadas en el año 2010 del programa Coaching que exportan en el año 2011 con respecto al total de empresas beneficiarias del programa Coaching en el año 2010</p>	<p>30,0%</p>	<p>35%</p>	<p>El resultado semestral indica que los beneficiarios del Programa Coaching al mes de junio del año 2010 que exportaron durante el 2011, sobrepasaron en 5 puntos la meta anual, lo que significa que se subvaluó el efecto positivo del apoyo entregado a las empresas beneficiadas en dicho programa.</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>8</p>	<p>Sobrecumplimiento: los apoyos (cofinanciamiento público) prestados del FPESA logra ser más efectivos de los proyectado.</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el programa Concurso Nacional de Exportaciones respecto del presupuesto total asignado por programa el Concurso Nacional de Exportaciones.</p>	<p>56,0%</p>	<p>56%</p>	<p>Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en Concurso Nacional durante el primer semestre del año es el mismo que el esperado anual. No obstante, éste podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que esto varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>9</p>	<p>Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en Concurso Nacional durante el primer semestre del año es el mismo que el esperado anual. No obstante, éste podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que esto varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc</p>	<p>56%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>	<p>No Aplica</p>

<p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el programa Ferias Internacionales respecto del presupuesto total asignado por el programa Ferias Internacionales.</p>	<p>64,0%</p>	<p>63%</p>	<p>63%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en <b>Ferias Internacionales</b> durante el primer semestre del año está próximo a la meta anual. No obstante, éste podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que esto varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc</p>	<p>63%</p>	<p>63%</p>	<p>63%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el programa Muestra y Catas respecto del presupuesto total asignado por el programa Muestra y Catas.</p>	<p>71,0%</p>	<p>70%</p>	<p>70%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en <b>Muestras y Catas</b> durante el primer semestre del año está próximo a la meta anual. No obstante, éste podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que esto varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc</p>	<p>70%</p>	<p>70%</p>	<p>70%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p>	<p>No Aplica</p>

<p>12</p> <p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el programa Sabores de Chile respecto del presupuesto total asignado por el programa Sabores de Chile.</p>	<p>57,0%</p> <p>62%</p> <p>62%</p>	<p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p> <p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>
<p>13</p> <p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el producto Planes estratégicos (FPESA) respecto del presupuesto total asignado para el producto Planes estratégicos.</p>	<p>52,0%</p> <p>51%</p> <p>51%</p>	<p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p> <p>No Aplica</p> <p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>

Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en Sabores de Chile durante el primer semestre del año 2011 sobrepasó en 5 puntos la meta anual, lo que señala que a la fecha hay un cofinanciamiento privado más alto del esperado. No obstante, éste podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que esto varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc

Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en Planes Estratégicos durante el primer semestre del año está próximo a la meta anual. No obstante, éste podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que esto varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc

<p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el producto Apoyo gestión de Mercados respecto del presupuesto total asignado para el producto Apoyo de Gestión Mercados.</p>	<p>60,0%</p>	<p>55%</p>	<p>55%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en Apoyo Gestión de Mercado durante el primer semestre del año está próximo a la meta anual. No obstante, éste podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que esto varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc</p>							
<p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el producto Coaching Exportador respecto del presupuesto total asignado para el producto Coaching Exportador.</p>	<p>13,0%</p>	<p>0%</p>	<p>0%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Los resultados del semestre en Coaching arrojan un 0% debido a que las actividades iniciarán a comienzos del segundo trimestre, por lo que aún no hay presupuesto privado ejecutado</p>							
<p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el producto Cursos Presenciales respecto del presupuesto total asignado para el producto Cursos Presenciales.</p>	<p>7,0%</p>	<p>0%</p>	<p>0%</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/012/2011</p>	<p>No Aplica</p>
<p>Los resultados del semestre en Cursos Presenciales arrojan un 0% debido a que las actividades iniciarán a comienzos del segundo trimestre, por lo que aún no hay presupuesto privado ejecutado</p>							

<p>17</p> <p>Porcentaje anual de recursos financieros privados aportados en el programa de Pre-internacionalización del presupuesto total asignado para el programa de Pre-internacionalización.</p>	<p>28,0%</p>	<p>36%</p>	<p>36%</p>	<p>Los resultados indican que el porcentaje de cofinanciamiento privado en Programa de Pre-Internacionalización durante el primer semestre del año 2011 sobrepasó en 8 puntos la meta anual, lo que señala que a la fecha hay un cofinanciamiento privado más alto del esperado. No obstante, este podría aumentar o disminuir durante el segundo semestre, dependiendo del cofinanciamiento privado de los proyectos, ya que estos varían de acuerdo al mercado, tamaño de empresa, estacionalidad en la ejecución, etc</p>	<p>No Aplica</p>	<p>No Aplica</p>	<p>30/01/2011</p>	<p>No Aplica</p>
--	--------------	------------	------------	--	------------------	------------------	-------------------	------------------

**ANEXO N° 1: Informe Avance Acumulado, Programación y Resultados Primer Semestre, Año 2011.**

Lineamiento	Resultados Efectivos Semestre						
	Proyectos	Productos programados	Resultado Esperado Anual	Prog.	Avance	Ppto. Programado Anual	Ppto. Ejecutado Acumulado Semestre a Informar
Acceso a Mercado	Concurso de Promoción de Exportaciones	Ejecución de los proyectos presentados por las empresas para dos Concursos de Promoción de Exportaciones, para estrategias sectoriales y empresariales.	Que el FPESA beneficie a 720 empresas/empresarios del sector silvoagropecuario	Aprobación y Seguimiento del primer grupo de proyectos adjudicados del Primer Concurso de Promoción de Exportaciones 2011. Detalle de proyectos se entregará en Informe de Contenido Técnico Financiero.	510 empresas/empresarios beneficiados del sector silvoagropecuario	3.550.142	1.694.444
	Participación en Ferias Institucionales	Participación en 17 ferias del sector silvoagropecuario	Que el FPESA beneficie a 200 empresas/empresarios del sector silvoagropecuario	Entrega de resultados Segundo Concurso de Promoción de Exportaciones y estado de avance proyectos del Primer Concurso de Promoción de Exportaciones al Consejo Público-Privado del FPESA.	142 empresas/empresarios beneficiados del sector silvoagropecuario que participaron en las 9 ferias programadas	1.005.040	532.080

	<p>Participación en Feria Antad (Guadalajara, México del Sur) desde el 9 al 11 de marzo.</p> <p>Participación en Feria Prowein (Dusseldorf, Alemania) desde el 27 al 29 de marzo.</p> <p>Participación en Feria Seoul Food &amp; Hotel Corea (Seúl, Corea del Sur) desde el 24 al 26 de abril.</p> <p>Participación en NRA SHOW (Chicago, EE.UU) desde el 21 al 24 de mayo.</p> <p>Participación en LondonWine (Londres, Inglaterra) desde el 17 al 19 de mayo.</p> <p>Participación en Feria Vinexpo (Bordeaux, Francia) desde el 19 al 21 de junio.</p>	
<p><b>Planes Estratégicos</b></p> <p>Realización de 20 Planes Estratégicos durante el año 2011.</p> <p>Realización de 13 Muestra y Catas, participación en dos ferias con stand genérico y realización de concurso entre vinos chilenos y californianos durante el año 2011.</p>	<p>Que el FPESA beneficie a 400 empresarios del sector silvoagropecuario.</p> <p>Participación directa de 285 viñas en estas actividades.</p>	<p>Presentación y evaluación de los planes sectoriales para el año 2011.</p> <p>Aprobación y seguimiento de los proyectos asociados a planes estratégicos. Detalle se entrega en Informe Contenido Técnico y Financiero.</p>
<p><b>Muestra y Catas</b></p>	<p>298 empresas/empresarios beneficiados del sector silvoagropecuario</p> <p>36 empresas/empresarios beneficiados del sector silvoagropecuario</p>	<p>585.023</p> <p>532.080</p> <p>175.007</p> <p>9.211</p>

<p><b>Sabores de Chile</b></p> <p>Realización de 5 Sabores de Chile durante el año 2011. Año 2010 39 viñas.</p>	<p>Participación directa de 30 empresas en Gira Sabores de Chile en América del Sur, 20 empresas en Gira Sabores de Chile en Asia y 20 empresas en Gira Sabores de Chile en Europa.</p>	<p>Gira Sabores de Chile en Europa, Moscú y Estambul.</p>	<p>22 empresas/empresas beneficiarios del sector silvoagropecuario de la Gira Sabores de Chile en Europa</p>	<p>137.006</p> <p>54.802</p>
<p><b>Apoyo gestión de Mercados</b></p>	<p>Realización de 4 planes de Apoyo a la Gestión de Mercados para las siguientes zonas geográficas: América del norte, América Latina, Europa y Asia y Nuevos Mercados.</p>	<p>Presentación y evaluación de los planes de apoyo gestión de mercados para el año 2011.</p> <p>Aprobación y seguimiento de los proyectos asociados a apoyo gestión de mercados. Detalle se entrega en Informe Contenido Técnico y Financiero.</p>	<p>Ejecución de 15 actividades presentadas por la Red de Unidades Comerciales de DIRECON en las distintas zonas geográficas.</p>	<p>125.005</p> <p>71.236</p>
<p><b>Invitación a Operadores Relevantes en los Mercados Internacionales</b></p>	<p>Invitación de 25 operadores relevantes en los mercados internacionales, para apoyar desde el punto de vista comunicacional la estrategia global de exportaciones chilenas, a través del conocimiento directo de la realidad del país y de su oferta exportable.</p>	<p>Viaje Prensa Especializada (Canadá-EE.UU-Brasil-Colombia-Suecia-Dinamarca-Corea del Sur) en alimentos y gastronomía, para dar a conocer el origen y tradición de nuestros productos con el fin de apoyar la promoción internacional de las exportaciones de alimentos chilenos.</p> <p>- Invitación Chefs (España) evento "Nani"</p>	<p>De acuerdo al resultado esperado anual el primer semestre vinieron a Chile 12 operadores relevantes (8 periodistas y 4 chefs). Respecto a la visita de periodistas de EE.UU, esta se aplazó para el III trimestre.</p>	<p>75.003</p> <p>32.046</p>
<p><b>Administración Agregadoras Agrícolas</b></p>	<p>Realización de 5 eventos relacionados con traida de periodistas y chefs especializados.</p>	<p>Info. ODEPA</p>	<p>Info. ODEPA</p>	<p>1.430.713</p> <p>760.000</p>
<p><b>Coaching Exportador</b></p>	<p>Realización grupos Coaching.</p>	<p>Desarrollar para 80 empresarios</p>	<p>Etapa de Diseño y Preparación del Programa año 2011.</p>	<p>0</p> <p>165.373</p> <p>empresas/persona</p> <p>5.222</p>

<p>relacionadas con el sector silvoagropecuario.</p>	<p>silvoagropecuarios capacitarlos de emprendimiento exportador, que les permitan acceder a nuevos mercados mediante la generación de nuevas oportunidades de negocios para sus empresas, regiones y el país. Desarrollar sensibilidades, habilidades. Construir espacio de conversación, construir redes de apoyo.</p>	<p>Difusión y capacitación de la metodología del programa para las Direcciones Regionales de ProChile. Elaboración de bases para licitación del programa. Inicio convocatorias para las empresas silvoagropecuarias.</p>	<p>han sido beneficiadas. Primeras actividades iniciarán en el mes de julio.</p>	
<p><b>Cursos Presenciales</b></p> <p>Cursos presenciales de 160 horas pedagógicas distribuidas en 80 horas presenciales y 80 horas de trabajo individual.</p>	<p>Entregar conocimientos sobre comercio internacional a 180 empresarios silvoagropecuarios, con la finalidad de incorporar y desarrollar nuevos exportadores de vanguardia y futuros líderes empresariales chilenos como actores protagonistas en el Comercio Internacional, a través de la realización del curso "DIPLOMADO EN COMERCIO INTERNACIONAL" para diversos sectores productivos en 8 regiones del país.</p>	<p>Etapas de Diseño y Preparación del Programa año 2011. Difusión de este programa con la presencia de 11 asistentes de las Direcciones Regionales de Prochile. Elaboración de bases para licitación del programa. Inicio convocatorias para las empresas silvoagropecuarias.</p>	<p>0 empresas/personas han sido beneficiadas. Primeras actividades iniciarán en el mes de julio.</p>	<p>160.828</p> <p>401</p>
<p><b>Herramientas de Capacitación Nacional</b></p> <p>Realización de 42 talleres en diferentes regiones del país, analizando un total de 10 temáticas diferentes.</p>	<p>Apoyo a un total de 600 empresarios en su inserción a los mercados internacionales, a través de las siguientes iniciativas: Traída de expertos nacionales o</p>	<p>Etapas de Diseño y Preparación del Programa año 2011. Difusión de este programa con la presencia de 11 asistentes de las Direcciones Regionales de Prochile.</p>	<p>104 empresas/personas del sector Silvoagropecuario fueron beneficiadas</p>	<p>50.363</p> <p>506</p>



**ANEXO N°2: Proyectos Aprobados – Primer Concurso Sectorial de Promoción de Exportaciones, Año 2011.**

N°	Nombre Programa	Producto Programado	Ppto Adjudicado M\$
1	CAMPAÑA DE PROMOCION DE ARÁNDANOS EN CHINA 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	16.858
2	ENCUENTRO NACIONAL DEL AGRO PARA DIFUNDIR OPORTUNIDADES Y DESARROLLAR CAPACIDADES EXPORTADORAS	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	13.671
3	MISIÓN DE PROSPECCIÓN DEL MERCADO DEL NORTE DE ÁFRICA 2011 PARA FRUTA CHILENA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	13.476
4	CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE FRUTA CHILENA (UVAS Y KIWIS) COREA DEL SUR 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	52.002
5	CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE ARÁNDANOS EN EUROPA 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	112.709
6	CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE FRUTA CHILENA EN EUROPA 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	144.246
7	CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE FRUTA CHILENA EN USA/CANADÁ 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	512.717
8	PROSPECCIÓN EN APIMONDIA PARA ANALIZAR VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN APÍCOLA PARA PAISES DE EUROPA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	3.643
9	NOVENA RUEDA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS: FRUTAS Y HORTALIZAS CHILENAS DE EXPORTACIÓN - FRUITTRADE	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	78.796
10	CAMPAÑA DE LOS VINOS CHILENOS 2011: MARKETING	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	41.351
11	CAMPAÑA DE LOS VINOS CHILENOS 2011: BRASIL	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	45.298
12	CAMPAÑA DE LOS VINOS CHILENOS 2011: AWOCA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	49.992
13	REFORZAR Y CONSOLIDAR LA INDUSTRIA SEMILLERA CHILENA EN EVENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES RELEVAN	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	40.867
14	CAMPAÑA DE VINOS CHILENOS 2011: EUROPA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	166.438
15	Campaña de promoción de arándanos en USA/Canadá 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	87.822
16	PROMOCIÓN TÉCNICA Y DE IMAGEN PAÍS DE LA INDUSTRIA FRUTÍCOLA, ASOCIADA A CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	3.998
17	CURICÓ AND MAULE WINES TO CHINA 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	-
18	ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE LOS NUTS CHILENOS EN LOS PAÍSES NÓRDICOS Y JAPÓN	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	8.731
19	PROGRAMA DE APOYO PARA LA PENETRACIÓN DE LOS NUTS CHILENOS EN RUSIA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	17.370
20	PROGRAMA DE PROSPECCIÓN DE LOS NUTS CHILENOS EN LOS MERCADOS DE EUROPA DEL ESTE	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	12.935
21	PROGRAMA DE PROSPECCIÓN DE LOS NUTS CHILENOS PARA INDIA.	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	9.334

22	PROGRAMA DE APOYO PARA LA PENETRACIÓN DE LOS NUTS CHILENOS EN TURQUÍA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	4.153
23	PROGRAMA DE APOYO PARA LA PROMOCIÓN PARA LAS EXPORTACIONES DE NUTS Y DIFUSIÓN MISIONES COMERCIALES	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	46.033
24	CAMPAÑA DE VINOS CHILENOS 2011: ASIA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	152.955
25	CAMPAÑA DE LOS VINOS CHILENOS 2011: ESTADOS UNIDOS	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	178.245
26	CAMPAÑA DE LOS VINOS CHILENOS 2011: CANADÁ	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	180.989
27	MERCADO EUROPEO: PLAZA DE OPORTUNIDADES PARA LA PALTA HASS CHILENA. ETAPA VII	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	130.005
28	POSICIONAMIENTO Y FORTALECIMIENTO DE MERCADOS EXTERNOS PARA EL ACEITE DE OLIVA EXTRAVIRGEN	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	37.495
29	PROSPECCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA LA CIRUELA CHILENA EN CHINA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	12.263
30	ABASTECIENDO A NUESTROS VECINOS TRASANDINOS: ETAPA V	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	24.002
31	CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE FRUTA CHILENA (UVA Y KIWI) EN JAPÓN 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	15.201
32	CHILELÁCTEO 2011, CUARTO CONGRESO INTERNACIONAL DEL SECTOR LÁCTEO	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	32.225
33	LÁCTEOS DE CHILE 2011	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	18.150
34	PARTICIPACIÓN EN LA IDF WORLD DAIRY 2011 EN ITALIA	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	5.513
35	PROGRAMA DE PROSPECCIÓN DE LOS NUTS CHILENOS PARA ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ	PRIMER CONCURSO SECTORIAL	4.145

### Primer Concurso Empresarial de Promoción de Exportaciones, Año 2011.

Nº	Nombre Programa	Producto Programado	Ppto Adjudicado M\$
1	PENETRACIÓN DE JAMONES CURADOS DE ALTA GAMA, DISTINTOS AL CERDO, EN EL MERCADO JAPONÉS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	5.664
2	MISIÓN DE PENETRACIÓN DE MIEL DE APICOOP EN EL MERCADO JUSTO DE INGLATERRA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.134
3	CONTACTAR Y CONOCER IMPORTADORES PREVIAMENTE SELECCIONADOS DE FRUTA FRESCA EN LATINOAMÉRICA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.463
4	MISIÓN COMERCIAL DE PROSPECCIÓN EN EL MERCADO DE EE.UU. PARA VINOS DEL VALLE DE COLCHAGUA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.745
5	PROSPECCIÓN DEL MERCADO EUROPEO PARA FOLLAJE	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.705

6	PROSPECCIÓN DEL MERCADO DE ARÁNDANOS Y FRAMBUESAS IN VITRO A COLOMBIA Y MÉXICO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.250
7	MISIÓN COMERCIAL DE PENETRACIÓN DE LOS VINOS RAVANAL EN EL MERCADO ASIÁTICO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	6.480
8	MISIÓN COMERCIAL DE PROSPECCIÓN EN EL MERCADO DE UK, DINAMARCA Y HOLANDA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	5.070
9	PROSPECCIÓN DE FRUTA FRESCA EN EL MERCADO EUROPEO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.298
10	PENETRACIÓN DE LAS LEGUMINOSAS DE GRANOS DE LA REGIÓN DE LA ARAUCANÍA EN EL MERCADO EUROPEO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	7.284
11	MISIÓN DE PROSPECCIÓN A CHINA CON INFUSIONES ÉTNICAS Y FRUTAS DESHIDRATADAS POP FRUIT.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.419
12	MISIÓN COMERCIAL PENETRACIÓN CAJAS WIRE BOUND EN EL MERCADO DE NEW JERSEY Y CALIFORNIA EN LOS EE.UU	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.699
13	PENETRACIÓN DE ACEITES DE OLIVA EXTRA VIRGEN Y VINOS PREMIUM EN EL MERCADO NORTEAMERICANO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.400
14	PENETRACIÓN DE ACEITES DE OLIVA EXTRA VIRGEN Y VINOS PREMIUM EN EL MERCADO LATINOAMERICANO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.500
15	PENETRACIÓN DE ACEITES DE OLIVA EXTRA VIRGEN Y VINOS PREMIUM EN EL MERCADO EUROPEO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.400
16	PENETRACIÓN DE ACEITES DE OLIVA EXTRA VIRGEN Y VINOS PREMIUM EN EL MERCADO ASIÁTICO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.000
17	MISIÓN DE PROSPECCIÓN PARA AGUA PREMIUM EN MERCADO ESPAÑOL, HOLANDÉS E INGLÉS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.579
18	PRODUCTOS ELABORADOS EN BASE A MANGOS EN EUROPA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.950
19	MISIÓN DE PROSPECCIÓN PARA TABLEROS ALISTONADOS LARGOS EN EL MERCADO COSTARRICENSE	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.639
20	INTERNACIONALIZACIÓN DEL ACEITE DE JOJOBA DEL VALLE DEL HUASCO EN PANAMÁ Y COSTA RICA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.275
21	MISIÓN DE PENETRACIÓN PARA CONSOLIDACIÓN DE NEGOCIO DE MANZANAS FRESCAS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.350
22	PROYECTO DE PROSPECCIÓN MERCADO COREANO Y TAIWANÉS PARA PRODUCTOS DERMO COSMÉTICOS NATURALES	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.125
23	MISIÓN DE PROSPECCIÓN DEL MERCADO EUROPEO PARA CEREZOS, ARÁNDANOS Y KIWIS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.606

24	Misión de prospección del mercado asiático para cerezos, arándanos y kiwis	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.144
25	Comercialización de productos de pino radiata tratados y pintados en USA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.186
26	PROSPECCION DE MERCADO NORTEAMERICANO PARA LA EXPORTACION DE ARILOS DE GRANADAS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.550
27	Penetración de Cosméticos Naturales en Centro América	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	706
28	PENETRACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEN EN MERCADOS DE PANAMÁ Y COSTA RICA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.169
29	MISIÓN DE PENETRACIÓN AL MERCADO DE BERRIES ORGÁNICOS EN NUEVA YORK - EE.UU.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.524
30	PROSPECCIÓN DE ACEITE PURO DE EMU PARA EL MERCADO CANADIENSE	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.788
31	FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA DE VIÑA OCHOTIERRAS EN EEUU	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.827
32	MISIÓN DE PROSPECCIÓN PARA HORTALIZAS FRESCAS Y CONGELADOS A NORTEAMÉRICA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.094
33	INVITACIÓN A POTENCIAL CLIENTE DE REPÚBLICA DOMINICANA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.570
34	MISIÓN COMERCIAL VENEZUELA, CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE CON PRODUCTO NATURAL PARA BEBÉS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.355
35	PENETRACIÓN COMERCIAL CON FRUTA FRESCA (UVA, PALTOS Y CÍTRICOS) EN EL MERCADO INTERNACIONAL	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	10.167
36	PROSPECCIÓN DE MERCADO ITALIANO PARA LA EXPORTACIÓN DE MADERA TROPICAL ASERRADA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.333
37	PROSPECCIÓN DEL MERCADO EUROPEO CON UVA DE MESA DEL VALLE DEL HUASCO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.810
38	PENETRACIÓN DE FRUTOS DE CAROZO, PERAS Y KIWI EN PORTUGAL, ITALIA Y ESPAÑA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.200
39	PENETRACIÓN DE NECTARINES, DURAZNOS Y KIWI EN EL MERCADO MEXICANO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.100
40	Prospección de Japón para vinos de elaboración manual	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.765
41	INTRODUCCIÓN COMERCIAL DE PRODUCTOS GOURMET DE CARACOLES AL MERCADO DE CANADA (QUEBEC)	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.350
42	ESTUDIO DE MERCADO Y PROSPECCIÓN A BRASIL Y MÉXICO PARA PRODUCTOS PURÉ Y CONCENTRADO DE CIRUELA SEC	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	6.423
43	PROSPECCIÓN DE PRODUCTOS DE LA COLMENA Y ACEITE DE OLIVA EN EL MERCADO CANADIENSE	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.186

44	Penetración de Maderas de Alto Valor en el Mercado Australiano	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.710
45	ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO EUROPEO PARA CIRUELAS, NECTARINES Y DURAZNOS FRESCOS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.102
46	ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN EN MERCADO ASIÁTICO PARA CEREZAS, CIRUELAS, NECTARINES Y DURAZNOS FRESCOS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.025
47	PROSPECCIÓN DEL ACEITE DE PALTA CON ESPECIES EN EE.UU.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.120
48	MISIÓN DE PROSPECCIÓN FORESTAL A CHINA, MALASIA VISITANDO FERIAS SECTORIALES FORESTALES	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.080
49	MISIÓN DE PENETRACIÓN AL MERCADO ESTADOUNIDENSE PARA LOS MUEBLES A BASE DE BARRILES DE MADERA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.240
50	PROSPECCIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS GOURMET EN MERCADO ESTADOUNIDENSE	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.065
51	MISIÓN DE PROSPECCIÓN PARA BRASIL, COLOMBIA Y VENEZUELA DE VINOS EMBOTELLADOS TERRAVIVA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.623
52	ESTUDIO DE MERCADO PARA EXPORTACIÓN DE CORDERO LECHAL A TRAVÉS DE CANALES HORECA EN HOLANDA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.875
53	DISTRIBUCIÓN SNACKS AL RETAIL DE BRASIL.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	8.520
54	PENETRACIÓN DE MANZANA GALA EN EL MERCADO COLOMBIANO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.789
55	Visita al Mercado Europeo de la Empresa Tentaciones de Pica	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.608
56	PROSPECCIÓN AL MERCADO EUROPEO, CON OFERTA ASOCIATIVA DE VINOS FINOS, CERTIFICADOS FLO ORGÁNICO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.756
57	MISIÓN DE PROSPECCIÓN CON JUGOS NATURALES DE MAQUI Y ARÁNDANO A EE.UU.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.560
58	CAPACIDADES EXPORTADORAS EN NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL EN EMPRESAS DE MENOR TAMAÑO, REGIÓN ATACAMA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.000
59	MISIÓN COMERCIAL DE PROSPECCIÓN EN EL MERCADO DE BRASIL PARA LOS VINOS DEL SUR DE CHILE	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.383
60	MISIÓN DE PENETRACIÓN DEL MERCADO DE ARÁNDANOS EN EEUU	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.250
61	MISIÓN COMERCIAL DE PROSPECCIÓN DE PISCOS EN ASIA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	9.500
62	MISIÓN DE PENETRACION COMERCIAL: VINO A RUSIA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.187
63	USA 2011	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.649
64	COLOMBIA 2011	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	881

65	MISIÓN DE PENETRACIÓN A LA COSTA ESTE DE USA, PARA PRODUCTOS BIO-GOURMET DE NATURAL Y MÍAS LTDA.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.019
66	PENETRACIÓN DEL MERCADO DE CANADÁ COMO MERCADO PARA ABEJAS REINAS Y PAQUETES DE ABEJAS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.312
67	PROSPECCIÓN EN EL MERCADO EUROPEO DE PRODUCTOS GOURMET ORIGEN CHILEANGOURMET	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.622
68	SEXTO CICLO DE SEMINARIOS DE PROMOCIÓN PARA LAS EXPORTACIONES PARA PRODUCTORES HORTOFRUTÍCOLAS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	44.803
69	INSUMOS ORGÁNICOS Y NATURALES EN MERCADO BRASIL Y PERU	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.181
70	PROSPECCION MERCADO ESPAÑA PARA ABEJAS REINAS Y PAQUETES DE ABEJAS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.846
71	TERCER CICLO DE SEMINARIOS DE ACTUALIZACIÓN TÉCNICO COMERCIAL: CITRICOS Y UVA DE MESA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	66.248
72	CAPACIDADES EXPORTADORAS EN NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL EN EMPRESAS DE MENOR TAMAÑO, REGIÓN MAGALLANES	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.000
73	PENETRACIÓN DE LA LÍNEA L'AREM DE HÉLIX COSMETICS EN EL MERCADO ALEMÁN	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.300
74	PROSPECCIÓN DE CERVEZA ARTESANAL PREMIUM CHILENA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.535
75	PENETRACIÓN EN EL MERCADO DE EEUU CON PRODUCTOS GOURMET ORIGEN CHILEANGOURMET	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.325
76	POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE AFC, EN EL MERCADO DE COMERCIO JUSTO EUROPEO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.675
77	PROSPECCIÓN DEL MERCADO DE LOS QUESOS DE CABRA, OVEJA Y VACA EN EL MERCADO COLOMBIA Y BRASIL	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.438
78	ASIA 2011	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	5.668
79	PROSPECCIÓN A MERCADOS ASIÁTICOS DE VINO CHILENO EMBOTELLADO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	7.500
80	GIRA DE PROSPECCIÓN A CHINA PARA EXPORTAR FRUTA FRESCA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	5.363
81	PENETRACIÓN DE VINOS EN BRASIL	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	6.250
82	PENETRACIÓN DE VINOS EN CHINA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	7.000
83	PENETRACIÓN DE VINOS EN ASIA (JAPÓN, CHINA, VIETNAM, HONG KONG)	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.500
84	ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS EN EL MARCO DEL COMITÉ EJECUTIVO DE LA INTERNATIONAL PRUNE ASSOCIATION	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.040

85	PROSPECCIÓN DEL MERCADO DE SEMILLA DE AVENA STRIGOSA EN JAPÓN	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.360
86	PROSPECCIÓN DE MERCADO PARA TRIGO Y AVENA DE LA IX REGIÓN EN PAÍSES DE AMÉRICA PACÍFICO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.814
87	PROSPECCIÓN DE LOS MERCADOS DE ARABIA SAUDÍ Y EL LÍBANO PARA EMBUTIDOS Y PROCESADOS CÁRNICOS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	12.504
88	PROSPECCIÓN COMERCIAL DE ANGOLA, CAMERÚN Y GUINEA ECUATORIAL PARA PRODUCTOS CÁRNEOS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.580
89	IDENTIFICACIÓN Y VINCULACIÓN COMERCIAL PARA PRODUCTORES DE HORTALIZAS FRESCAS Y SEMI-PROCESADAS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	29.098
90	MISIÓN COMERCIAL PROSPECCIÓN MERCADO EMBALAJE DE MADERA Y PALLETES PARA FRUTAS Y HORTALIZAS EN PERÚ	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.364
91	EXPORTACIÓN DE LUPINO PARA SNACK EN EL MERCADO EUROPEO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.491
92	VISITA DE UN EXPERTO EN MIEL A LA ZONA SUR DE CHILE PARA PROMOVER LA EXPORTACIÓN DE MIEL MONOFLORAL.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.800
93	EXPLORACIÓN DE LOS MERCADOS DE MALASIA Y SINGAPUR PARA PROCESADOS CÁRNICOS TRADICIONALES Y GOURMET	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	12.796
94	PROSPECCIÓN DE VINOS EN ESTADOS SECUNDARIOS DE EE.UU.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.875
95	PROSPECCIÓN DE VINOS EN ALEMANIA Y SUIZA Y OTROS DE EUROPA CENTRAL.	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.125
96	PENETRACIÓN DE VINOS EN FLORIDA, CALIFORNIA Y NUEVA YORK	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	5.000
97	PENETRACIÓN DE VINOS EN ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	3.000
98	PENETRACIÓN DE CREMAS DE CARACOL Y EXTRACTOS VEGETALES EN USA PARTICIPANDO DE FERIA COSMOPROF	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	7.635
99	PENETRACIÓN DE CREMAS DE CARACOL Y EXTRACTOS VEGETALES EN EURASIA PARTICIPANDO EN FERIA COSMOPROF	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	9.052
100	MISIÓN DE PROMOCIÓN DE ARÁNDANOS (VACCINIUM SP.) DE TEMPOFRUT LTDA. EN LOS	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.652
101	DESARROLLO DEL PROGRAMA DE ASOGOURMET, "GÓNDOLAS DE CHILE EN LOS SUPERMERCADOS DE ESTADOS UNIDOS"	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	57.624
102	PENETRACIÓN DE ACEITE DE PALTA DE USO COSMÉTICO EN EUROPA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.500
103	PROSPECCIÓN DE ACEITE DE PALTA COSMÉTICA EN EL MERCADO ESPAÑOL	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	5.500
104	PENETRACIÓN DE SAN GREGORIO PRUNES EN MERCADO MEXICANO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	1.048
105	Prospección del Mercado Asiático para los productos Sleman y Chile Pacific	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.100

106	PROSPECCIÓN DE SAN GREGORIO PRUNES EN MERCADO ASIÁTICO	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	2.905
107	PENETRACIÓN EN ITALIA, SUIZA Y FRANCIA DE CREMAS CON BABA DE CARACOL Y EXTRACTOS VEGETALES	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	4.740
108	PROSPECCIÓN DE SAN GREGORIO PRUNES EN MERCADO DE COLOMBIA	PRIMER CONCURSO EMPRESARIAL	998

**ANEXO Nº 3: Proyectos Adjudicados- Segundo Concurso Sectorial de Promoción de Exportaciones, Año 2011.**

Nº	Título Proyecto	Producto Programado	Ppto Adjudicado US\$
1	POSICIONAMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CHILEPORK EN EL MERCADO COREANO	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	31.334
2	FACILITACIÓN DEL ACCESO DE FRUTAS FRESCAS DE EXPORTACIÓN A LATINOAMÉRICA	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	7.078
3	POSICIONAMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CHILEPORK EN EL MERCADO JAPONÉS	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	53.162
4	VISITA FERIA ANUGA 2011	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	7.000
5	GESTIÓN PROMOCIONAL DE UVA DE MESA DE ATACAMA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	4.981
6	VISITA FERIA ASIA FRUIT LOGISTIC Y MERCADO DE GUANGZHOU	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	10.000
7	VISITA FERIA WORLD FOOD MOSCOW	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	15.201
8	POSICIONAMIENTO DE LA INDUSTRIA DE FRUTAS Y HORTALIZAS ELABORADAS EN EL MERCADO MUNDIAL	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	144.996
9	PARTICIPACIÓN DE LA FERIA PROFLORA 2011 EN COLOMBIA	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	11.000
10	MISION COMERCIAL DE PROSPECCION PARA CIRUELA SECA AL MERCADO ESCANDINAVO.	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	7.557
11	DESARROLLO DE POTENCIAL EXPORTADOR ASOCIACION GREMIAL PYMEMAD A.G.	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	30.402
12	PROSPECCIÓN Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA Y COMERCIAL PARA UNA PLATAFORMA COMERCIAL EN ASEAN	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	18.084
13	HABILITACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE FRUTAS FRESCAS DE EXPORTACIÓN AL LEJANO ORIENTE	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	25.224
14	ESTUDIO PRIORIZACIÓN MERCADOS ASIA, MEDIO ORIENTE Y AFRICA PARA LA NUEZ CHILENA	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	13.750
15	MISIÓN COMERCIAL DE PENETRACIÓN Y PLATAFORMA COMERCIAL CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE	SEGUNDO CONCURSO SECTORIAL	12.500

**Segundo Concurso Empresarial de Promoción de Exportaciones, Año 2011.**

Nº	Título Proyecto	Producto Programado	Ppto. Adjudicado US\$
1	PROSPECCION DEL MERCADO DE ITALIA PARA POLEN DE KIWI	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	9.191
2	MISIÓN DE EXPLORACIÓN DEL MERCADO DE USA Y SU POTENCIAL PARA LA EXPORTACIÓN DE TIKA CHIPS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.662
3	PENETRACIÓN DE MADERA DE LENGUA EN EL MERCADO VIETNAMITA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.800
4	PROSPECCIÓN DE MERCADO PARA LA LANA DE OVEJA EN ASIA Y EUROPA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	11.050
5	PENETRACIÓN DE MANZANAS ORGÁNICAS FRESCAS EN LOS MERCADOS DE USA Y CANADÁ	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	12.000
6	PROSPECCION Y TENDENCIAS DEL MERCADO EUROPEO DE CARNE BOVINA.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.055
7	ASIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	7.080
8	PROSPECCIÓN DE CONTROLADORES BIOLÓGICOS AL MERCADO DE PERÚ	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.380
9	AROMO- CENTROAMERICA Y EL CARIBE	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.240
10	PENETRACIÓN DE LAS CASAS Y EDIFICOS DE MADERA OWA EN LOS MERCADOS DE EUROPA Y AUSTRALIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	18.480
11	PROSPECCIÓN DE CONTROLADORES BIOLÓGICOS AL MERCADO DE MÉXICO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.045
12	PROSPECCIÓN DE MERCADO ACEITES VEGETALES ESPECIALES EN EUROPA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.800
13	VISITA A FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS ANUGA 2011	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.548
14	PENETRACIÓN DEL MERCADO EUROPEO CON MAQUI Y SUS PRODUCTOS DERIVADOS (PATAGONOL®)	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	15.000
15	PENETRACIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES EN PANAMÁ	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	1.476
16	PROSPECCIÓN DE BERRIES CONGELADOS EN EL MERCADO NORTEAMERICANO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.000
17	PENETRACIÓN PISCO ABA EN EL REINO UNIDO - 2011	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	29.282
18	MISIÓN DE PROSPECCIÓN DE ACEITES ESENCIALES DE PRODUCTOS NATURALES EN COLOMBIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.886
19	PROSPECCIÓN DE MANZANA A VENEZUELA.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.180
20	MISIÓN COMERCIAL PROSPECCIÓN MADERA DE LENGUA PARA MERCADO EUROPEO(INGLATERRA)	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.055
21	PROSPECCIÓN MERCADO NORDICO ARÁNDANO FRESCO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.176

22	PROSPECCION MERCADO INDIA PARA MADERAS NATIVAS ASERRADAS Y PRODUCTOS ELABORADOS DE MADERA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	8.280
23	PROSPECCIÓN DE MERCADO EN EUROPA PARA SEMILLAS DE EXPORTACIÓN	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.500
24	PARTICIPACIÓN EN FERIA EXPOVINO COSTA RICA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.349
25	PROSPECCIÓN DE FRAMBUESAS FRESCAS EN CANADÁ Y CENTRO-NORTE DE ESTADOS UNIDOS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	8.404
26	MISION DE PROSPECCION PARA EXPORTACIÓN DE COLIHUE AL MERCADO AGRICOLA PERUANO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.225
27	PROSPECCION EN LOS MERCADOS SUDAMERICANOS DE PERÚ, COLOMBIA Y BRASIL PARA PASTAS PREMIUM	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	18.450
28	PROSPECCIÓN DE VENTA DE COSMETICOS NATURALES EN FIBELLA 2011.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.018
29	PENETRACION Y CONCRECION COMERCIAL CON USA Y PAISES DE LA UNION EUROPEA Y ASIA PACIFICO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.995
30	PENETRACIÓN DE LOS SAUVIGNON-BLANC DEL VALLE DE CASABLANCA AL MERCADO NORTEAMERICANO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	11.100
31	PROSPECCIÓN DE MERCADO EN COSTA RICA PARA COSMÉTICA NATURAL EN BASE A BABA DE CARACOL	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	9.425
32	PROYECTO PENETRACION AGRUPACION MOVI EN EL MERCADO BRASILEÑO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	27.000
33	OLIVARES DE QUEPU 2011-EEUU	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.500
34	PROYECTO DE PROSPECCION DE I WINES EN PANAMA - COSTA RICA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.283
35	PENETRACION EN LOS MERCADOS DE MEXICO, ESTADOS UNIDOS Y CANADA CON BERRIES Y CEREZAS DESHIDRATADAS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.945
36	PROSPECCIÓN DE VIÑA CASAVERTI POR ÁFRICA CENTRAL	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	7.850
37	MISIÓN DE PENETRACIÓN DE CERVECERA KUNSTMANN EN ARGENTINA Y COLOMBIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	10.040
38	PENETRACIÓN DE MERCADO DE STEVIA EN AMÉRICA LATINA Y EUROPA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	9.050
39	PROSPECCIÓN DE MERCADO EN CENTRO AMÉRICA, PARA CEREALES PARA EL DESAYUNO EN BASE A AVENA.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.924
40	MISIÓN DE PROSPECCIÓN VISITANDO FERIA INTERNACIONAL BEYOND BEAUTY PARIS 2011	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.598
41	PROSPECCIÓN AL MERCADO JAPONÉS PARA SEMILLAS DE EXPORTACIÓN	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.500
42	MISION DE PROSPECCION DEL MERCADO DE VINOS FAIR TRADE EN ESTADOS UNIDOS Y CANADA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.240

43	PROSPECCION DEL MERCADO CHINO, PARA EXPORTACION DE UVA DE MESA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	9.880
44	PROSPECCIÓN DE MERCADO GOURMET VISITANDO FERIA INTERNACIONAL SIAL MERCOSUR EN ARGENTINA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.055
45	ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA EXTRAVIRGEN DE ATACAMA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	11.400
46	EUROPA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.340
47	MISIÓN DE PROSPECCIÓN PARA REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA LA CONSTRUCCIÓN EN EL MERCADO COSTARRICENSE	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.040
48	MISIÓN COMERCIAL DE PROSPECCIÓN AL SUDESTE ASIÁTICO PARA PRODUCTOS FORESTALES	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.860
49	MISION DE PROSPECCIÓN FORESTAL A INDIA, TAILANDIA Y CHINA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.228
50	VISITA A LA FERIA MUNDIAL DE APICULTURA "APIMONDIA SHOW 2011", ARGENTINA.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.900
51	PARTICIPACIÓN DE CANTALUNA WINES LTDA EN LA 7TH SHANGHAI WINE AND SPIRITS EXHIBITION 2011.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.800
52	PROYECTO DE PROSPECCION DE I WINES EN PERU	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	1.580
53	PROMOCIÓN CORDILLERA A COSTA CURICO&MAULE VALLEYS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	13.104
54	FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA DE VIÑA OCHOTIERRAS EN EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.638
55	GIRA COMERCIAL FINLANDIA, DINAMARCA, ITALIA, PORTUGAL, TURQUÍA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.400
56	PENETRACIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN EL MERCADO CHINO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.250
57	VISITA A FERIA ANUGA (COLONIA-GER) DE PROSPECCIÓN DE UNION EUROPEA PARA NUTS Y CIRUELAS SECAS.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.000
58	RECONQUISTA DEL MERCADO VENEZOLANO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.300
59	PROSPECCIÓN DE MERCADO EN EE.UU. PARA CUEROS DESTINADOS A LA FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE ALTO VALOR	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.599
60	PROSPECCIÓN DEL MERCADO DE INFUSIONES EN REPÚBLICA CHECA Y VISITA A LA FERIA ANUGA EN ALEMANIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.430
61	PROSPECCIÓN DE PRODUCTOS GOURMET, BERRIES Y CEREZAS PRODUCIDOS POR MAPUCHES EN CALIFORNIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	7.200
62	MISIÓN DE PENETRACIÓN DEL MERCADO EUROPEO PARA CEREZOS, ARÁNDANOS Y KIWIS.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.899
63	BRASIL - PENETRACION SUPERMERCADOS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.360

64	PROSPECCION DE MERCADOS MEXICANOS PARA EXPORTACION DE TABLEROS CONTRACHAPADOS DE MADERA.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	8.900
65	PARTICIPACION FERIA DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE EN CHINA.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	10.614
66	PROYECTO DE PENETRACIÓN VIÑA CHOICALÁN USA / 7	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.800
67	VISITA A FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS ANUGA 2011 EN COLONIA, ALEMANIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.200
68	GIRA COMERCIAL ALEMANIA, SUIZA, BÉLGICA, HOLANDA, ESPAÑA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.400
69	OLIVARES DE QUEPU 2011-BRASIL	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	11.550
70	PENETRACION EN LOS MERCADOS DE AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDIA CON BERRIES Y CEREZAS DESHIDRATADAS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.600
71	CONSOLIDACIÓN DEL MERCADO COLOMBIANO PARA CASAS ECOEFICIENTES TIPO DOMO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.200
72	MISIÓN COMERCIAL DE PROSPECCIÓN DE PISCOS EN ARGENTINA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	9.250
73	ARANDANOS DE OHIGGINS AL MERCADO ASIATICO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.540
74	MISIÓN COMERCIAL PROSPECCIÓN JAMÓN CRUDO DE CERDO A LOS MERCADOS DE ALEMANIA, ITALIA Y ESPAÑA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.810
75	PROSPECCION DEL MERCADO DEL ARANDANO EN ESPAÑA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.787
76	VISITA A FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ANUGA 2011	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.400
77	PROSPECCION DE MERCADOS CENTROAMERICANOS PARA EXPORTACION DE MADERA ESTRUCTURAL	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.221
78	VISITA A FERIAS INTERNACIONALES EN ALEMANIA Y CHINA.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.160
79	PENETRACION DE MERCADO PARA LOS PRODUCTOS COSMETICOS NATURALES EN CENTROAMERICA Y ESTADOS UNIDOS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.200
80	PROSPECCIÓN DE LANA DE GUANACO MAGALLÁNICO EN EL MERCADO FRANCÉS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	12.840
81	PENETRACIÓN EN HONG KONG Y TAIWAN CON PARTICIPACIÓN EN FERIA COSMOPROF ASIA 2011	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	12.960
82	PROSPECCIÓN DE MERCADO DE ARÁNDANOS CONVENCIONAL, FRESCO Y CONGELADOS EN EL MERCADO DE USA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.633
83	VISITA FERIA FRESH SUMMIT INTERNATIONAL CONVENTION & EXPOSITION (PMA)	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.250
84	COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CONDENSADA PARA USA, MÉXICO, ECUADOR Y PERÚ.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.000
85	PENETRACIÓN DE VINOS PREMIUM EN USA Y CANADÁ	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.900

86	PENETRACION DE MERCADO URUGUAYO DE LA LANAS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.388
87	MISION DE PROSPECCION AL MERCADO COLOMBIANO PARA CERVEZAS ARTESANLES CON CALIDAD PREMIUM	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.030
88	PROSPECCIÓN DE MERCADO A ESTADOS UNIDOS PARA SEMILLAS SELECCIONADAS DE EXPORTACIÓN.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.000
89	PROSPECCIÓN MERCADO ARÁNDANO DESHIDRATADO EUROPA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.736
90	"PRIME HARVEST S.A. PROSPECTA EL MERCADO ASIÁTICO PARA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS FRESCOS"	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	8.955
91	VISITA A FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS ANUGA, ALEMANIA 2011	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.388
92	VISTA A FERIA FOOD&HOTEL EN CHINA PARA ACEITES Y MIEL DE ABEJA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.685
93	NORTEAMERICA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	7.200
94	PROSPECCIÓN DE JAMONES CURADOS DE ALTA GAMA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	4.628
95	PARTICIPACIÓN EN FERIA INTERNACIONAL COSMOPROF HONG KONG 2011, CON DERMOCOSMETICOS	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	10.800
96	PENETRACIÓN DE PALTA HASS EN EL MERCADO ESPAÑOL	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	2.000
97	MISION DE PROSPECCION AL MERCADO DE TURQUIA PARA LA IND. SECUNDARIA DE LA MADERA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	3.400
98	PROSPECCIÓN DE MERCADO Y VISITA DE AGRICOLA DON RAFAEL-VII REGION, A LA FERIA ANUGA - ALEMANIA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.099
99	PROSPECCIÓN DEL VINO EMBOTELLADO DE VIÑA ALTO QUILIPIN EN EL MERCADO CHINO	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.370
100	PROSPECCIÓN DE PRODUCTOS COSMETOLÓGICOS ECOLÓGICOS Y DE MEDICINA AYMARA EN EL MERCADO EUROPEO.	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	8.710
101	PENETRACION AL MERCADO DE REINO UNIDO (FLORES DE PEONÍAS)	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	5.700
102	PROSPECCIÓN DEL MERCADO DE MATERIAL VIVO APÍCOLA EN NORTEAMÉRICA	SEGUNDO CONCURSO EMPRESARIAL	6.890

**ANEXO Nº 4: Planes Sectoriales**

Nº	Nombre Programa	Producto Programado	Ppto Adjudicado M\$
1	DEGUSTACION OFERTA ORGANICA EN FRESH IDEAS MARKET PLACE	PLANES SECTORIALES	6.925
2	PROGRAMA DE APOYO A LA ESTRATEGIA DE PROMOCION DE FRUTOS SECOS	PLANES SECTORIALES	15.517
3	DIVERSIFICACION DE MERCADOS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CIRUELA DESHIDRATADA EN ASIA	PLANES SECTORIALES	11.775
4	MISION COMERCIAL Y PROSPECCION A PAISES DE ASIA PARA EL RUBRO DE BERRIES PROCESADOS	PLANES SECTORIALES	9.466
5	SEMINARIO INTERNACIONAL DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PARA CIRUELA DESHIDRATADA	PLANES SECTORIALES	500
6	MISION DE PENETRACION DE PALTA A ARGENTINA	PLANES SECTORIALES	1.225
7	VISITA A FERIA EXPOLIVA 2011	PLANES SECTORIALES	3.781
8	MISION FRUTA ORGANICA A TAIWAN Y COREA	PLANES SECTORIALES	7.500
9	MISION PROSPECCION A RUSIA FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS	PLANES SECTORIALES	8.149
10	SEMINARIO INTERNACIONAL DE FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS PARA EL MERCADO ARABE	PLANES SECTORIALES	3.164
11	INVITACION IMPORTADORES DE PRODUCTOS ORGANICOS	PLANES SECTORIALES	5.050
12	RONDA DE NEGOCIOS EN EL MARCO DE CHILE LACTEO 2011	PLANES SECTORIALES	7.750
13	TRAIDA DE IMPORTADORES DE MADERA NATIVA DESDE AMERICA LATINA	PLANES SECTORIALES	3.150