



**APRUEBA HITO CRÍTICO ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN  
PROYECTO: "FORTALECIMIENTO DE POSICIONAMIENTO  
Y AUMENTO DE COBERTURA DE MARCA SALMÓN DE  
CHILE EN EL MERCADO DE BRASIL" (MS2014-08)**

Santiago, 29 de agosto de 2016

**RESOLUCIÓN EXENTA N° J-1006**

**VISTOS:**

La Ley N° 20.882, de 2015; el Decreto con Fuerza de Ley del Ministerio de Relaciones Exteriores N° 53 de 1979; las Resoluciones de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Afecta N° 78, de 2011 y sus modificaciones, Exentas N° J-1087, N° J-1101, y N° J-1280, todas de 2015; el Decreto Exento N° 1618, de 2012, del Ministerio de Relaciones Exteriores; y la Resolución de la Contraloría General de la República N° 1.600, de 2008.

**CONSIDERANDO:**

- 1) Que, la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, en adelante e indistintamente **DIRECON**, es un Servicio Público dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, creado por el Decreto con Fuerza de Ley N° 53 de 1979, que tiene como misión 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/o servicios nacionales.
- 2) Que, en lo referido a la promoción de exportaciones, **DIRECON** a través de su Dirección de Promoción de Exportaciones, en adelante e indistintamente **PROCHILE**, realiza una labor permanente de difusión en el mercado internacional de los bienes y/o servicios nacionales para crear, extender e intensificar su demanda en las mejores condiciones. Para el logro de este objetivo, la labor de **PROCHILE** se basa en cinco lineamientos estratégicos: incorporar elementos diferenciadores en las exportaciones nacionales para abordar los desafíos de una internacionalización sustentable de las empresas; desarrollar e implementar estrategias de promoción comercial, de atracción de inversiones y fomento al turismo que permitan una mejora continua del posicionamiento de Chile y de la diversificación de mercados; buscar proactivamente la oferta exportable en todas las regiones del país, generando y/o fortaleciendo las capacidades exportadoras de los clientes de **PROCHILE**; posicionar a **PROCHILE** y

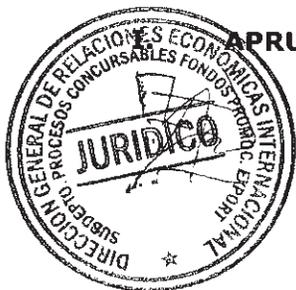


sus servicios en las empresas nacionales, y en la mente de los emprendedores y profesionales chilenos; y lograr eficiencia en la administración y ejecución del presupuesto de **PROCHILE**.

- 3) Que, **PROCHILE** a través de su Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas, tiene entre otras responsabilidades planificar y gestionar adecuadamente el uso de los recursos que cada año entrega la ley de presupuestos para el sector público, para financiar - entre otras - la implementación de proyectos relacionados con la creación de marcas sectoriales en industrias exportadoras o con alta potencialidad exportadora, objetivo que lleva a cabo, en lo que interesa, a través del financiamiento de proyectos por medio de concursos públicos.
- 4) Que, para tal fin **DIRECON** por Resolución Afecta N° 78, de 23 de mayo de 2011, aprobó las Bases y Anexos, modalidad Ventanilla Abierta para la Postulación de Proyectos de Marcas Sectoriales, constituyéndose éstas en el marco regulador de dicha convocatoria. En ellas se definen los aspectos técnicos y administrativos a los cuales deben sujetarse quienes quieran participar en la convocatoria hecha por **DIRECON** para la transferencia de recursos públicos. La mencionada resolución fue tomada de razón por la Contraloría General de la República con fecha 10 de junio de 2011.
- 5) Que, por Resolución Exenta N° J-1192, de 16 de diciembre de 2014, **PROCHILE** adjudicó, dentro del llamado a concurso, el proyecto denominado "FORTALECIMIENTO DE POSICIONAMIENTO Y AUMENTO DE COBERTURA DE MARCA SECTORIAL SALMÓN DE CHILE EN EL MERCADO DE BRASIL", en adelante el **PROYECTO**, a la **ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL SALMÓN DE CHILE A.G.**
- 6) Que, con fecha 11 de mayo de 2015, **DIRECON** suscribió un Convenio con dicha Asociación, aprobado por Resolución Afecta N° 130, de 1 de junio de 2015, para la ejecución del proyecto definido en el párrafo anterior, el que en su cláusula Sexta dispone la obligación de entregar Informes Técnicos, dentro de los cuales se encuentra un Informe de Hito Crítico "Etapa de Implementación", el que debe ser aprobado o rechazado por el Director General de Relaciones Económicas Internacionales.
- 7) Que, en virtud de lo expresado por la Jefa del Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas, en su Memorándum N° 8089, de 26 de agosto de 2016, en que informa que tanto el informe técnico como el informe financiero (rendición de cuenta de gastos), presentados por la **ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL SALMÓN DE CHILE A.G.**, fueron aprobados, el primero por dicho Subdepartamento, y el segundo por el Subdepartamento de Finanzas; corresponde aprobar el Informe que se acompaña, que constituye el Hito Crítico "Etapa de Implementación" del **PROYECTO**.

**RESUELVO:**

**APRUEBASE** Informe de Hito Crítico correspondiente al proyecto denominado





"FORTALECIMIENTO DE POSICIONAMIENTO Y AUMENTO DE COBERTURA DE MARCA SECTORIAL SALMÓN DE CHILE EN EL MERCADO DE BRASIL", cuya adjudicataria es la **ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL SALMÓN DE CHILE A.G.**

**II. NOTIFÍQUESE** la presente Resolución mediante carta certificada, y dentro del plazo de 5 días hábiles a contar de la total tramitación de la presente Resolución, por parte del Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas, a la ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL SALMÓN DE CHILE A.G.

**III. PUBLÍQUESE** esta Resolución en la sección de Gobierno Transparente del sitio web del Servicio, de conformidad con lo dispuesto en el literal g) del artículo 7º de la Ley Nº 20.285.

**ANÓTESE, NOTIFÍQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE**

**PABLO URRÍA HERING**

Director General (s)

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

MPL

**DISTRIBUCIÓN:**

1. Asociación de la Industria del Salmón de Chile A.G.
2. Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas.
3. Subdepartamento de Marcas Sectoriales.
4. Departamento Administrativo.
5. Subdepartamento de Atención Ciudadana y Transparencia. (Luis Fuentealba).
6. Departamento Jurídico.
7. Archivo.

