

ADJUDICA CONDICIONALMENTE PROYECTO  
CONCURSO DE MARCAS SECTORIALES  
MS2016-09

Santiago, 16 de enero de 2017

RESOLUCIÓN EXENTA N° J – 033/

VISTOS:

La Ley N° 20.981, de 2017; el Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de 1979, y el Decreto Supremo N° 160, de 2016, ambos del Ministerio de Relaciones Exteriores; las Resoluciones de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales Afectas N° 78, de 2011, N° 256, de 2013 y N° 74, de 2014; el Memorandum N° 66, de 04 de enero de 2017, de la Jefa del Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas; 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 **DIRECON**, es un Servicio Público dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, creado por el Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de abril 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 **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, modificada por las Resoluciones Afectas N° 256, de 10 de diciembre de 2013, y N° 74, de 4 de abril de 2014, 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 Resolución Afecta N° 78, de 2011, fue tomada de razón por la Contraloría General de la República con fecha 28 de septiembre de 2011, la Resolución Afecta N° 256, de 2013, fue tomada de razón el 13 de enero de 2014, y la Resolución Afecta N° 74, de 2014, fue tomada de razón el 14 de mayo de 2014.
5. Que la **ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE A.G.**, presentó al Concurso para la Postulación de Proyectos de Marcas Sectoriales, modalidad ventanilla abierta, un proyecto denominado "Continuación campaña a consumidor de la industria del vino chileno en mercados prioritarios", código MS2016-09, el que fue sometido al proceso de evaluación por **DIRECON** conforme lo señalado en la sección 2, numeral 2 de las Bases Administrativas que regulan este proceso, correspondiendo dictar una resolución adjudicatoria, tomando en consideración la evaluación técnica hecha por esta Dirección General.

**RESUELVO:**

- I. **ADJUDÍCASE** dentro del Concurso para la Postulación de Proyectos de Marcas Sectoriales, modalidad ventanilla abierta, **BAJO CONDICIÓN** que el adjudicatario incorpore en el proyecto todas las consideraciones definidas por **DIRECON**, el siguiente proyecto:

<b>MS2016-09</b>	<b>CONTINUACIÓN CAMPAÑA A CONSUMIDOR DE LA INDUSTRIA DEL VINO CHILENO EN MERCADOS PRIORITARIOS</b>	<b>ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE A.G.</b>	<b>65.829.010-k</b>
<b>CONSIDERACIONES</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aporte ProChile, hasta un monto de \$266.319.449 (Doscientos sesenta y seis millones trescientos diecinueve mil cuatrocientos cuarenta y nueve pesos)</li> <li>2. Aporte privado, hasta un monto de \$399.999.124 (Trescientos noventa y nueve millones novecientos noventa y nueve mil ciento veinticuatro pesos)</li> <li>3. Se deberá mejorar el contenido del proyecto, en los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Complementar con mayor detalle las actividades descritas en el Plan de Trabajo, incorporando subactividades.</li> <li>• En la sección "Resultados de acciones de posicionamiento realizadas", se deberá incorporar al menos un avance de los resultados de la campaña a consumidor que actualmente se está desarrollando en los 3 mercados, cuya mayor parte integró el proyecto anterior que finalizó en octubre 2016.</li> <li>• En la justificación de cada mercado, incorporar la evolución del market share de Chile de los últimos años - en volumen y en valor - que dé cuenta del trabajo realizado y un análisis</li> </ul> </li> </ol>			

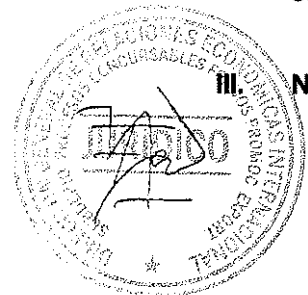


desglosado por segmento de precio, lo cual es una información valiosa y necesaria de agregar.

- Especificar la amplitud del territorio que abarcará la campaña en cada uno de los mercados.
4. Se deberán revisar y mejorar los indicadores presentados de acuerdo a las siguientes indicaciones:
    - Señalar la Línea Base de cada indicador del proyecto, pues contando con este dato será posible analizar de manera adecuada el impacto del proyecto.
    - Señalar la metodología de medición que se utilizará para cada indicador.
    - Las metas del indicador "Cobertura en medios", deberán elevarse en cuanto a N° de publicaciones y % con evaluación positiva, dada la madurez del sector y del postulante en mercados prioritarios.
    - Las metas del indicador "Alcance logrado a través de las actividades de la campaña" deberán elevarse, considerando que hubo y hay proyectos de campañas online tanto para Brasil y USA en 2013-2015, como para China 2015-2017.
    - En el indicador "Fortalecimiento de la imagen de Chile", se deben aumentar los porcentajes esperados de evaluación positiva, especialmente si se considera que los encuestados serán los usuarios de las plataformas digitales que ya conocen el producto o lo están conociendo.
  5. Las agencias que se contraten para implementar la campaña en cada uno de los 3 mercados, deberán ser locales o contar con oficina en éstos, con la finalidad de asegurar que el diseño y aplicación del plan de comunicaciones, considere y se alinee plenamente a los códigos y cultura de cada país.
  6. En el hito crítico del proyecto, se deberá presentar el plan de medios y formato en que se implementará la campaña en cada mercado, considerando que ya tendrán las agencias contratadas y por tanto las propuestas claras.
  7. El proyecto se adjudicará siempre que existan fondos públicos suficientes para su ejecución dentro del año 2017, conforme a los establecen las Bases en título "Adjudicación Condicional de un Proyecto".

- II. **DÉJASE** establecido que, conforme a la **SECCIÓN 2, BASES ADMINISTRATIVAS, NUMERAL 2.2 "ADJUDICACIÓN CONDICIONAL DE UN PROYECTO"** de las Bases del Concurso para la Postulación de Proyectos de Marcas Sectoriales, modalidad ventanilla abierta, cuando un proyecto sea adjudicado condicionalmente, en la notificación hecha a la adjudicataria, **DIRECON** señalará las consideraciones que ésta debe incorporar al proyecto y el nombre del ejecutivo del proyecto designado por **DIRECON**. La adjudicataria tendrá hasta 15 días hábiles, contados desde la notificación, para aceptar o no aceptar –por escrito– las consideraciones. Si no acepta las consideraciones o nada dice en ese plazo, **DIRECON** dejará sin efecto a su respecto la adjudicación. Aceptadas dentro de plazo las consideraciones, la adjudicataria reformulará el proyecto, incorporará las consideraciones y lo presentará a **DIRECON**, todo lo anterior dentro del plazo de 15 días hábiles contados desde la fecha en que aceptó dichas consideraciones. Transcurrido dicho plazo, si no se presenta el proyecto reformulado, **DIRECON** dejará sin efecto a su respecto la adjudicación.

- III. **NOTIFÍQUESE** a la **ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE A.G.**, por carta certificada,





por parte del Subdepartamento de Marcas Sectoriales, de la situación del proyecto evaluado en la forma establecida en las Bases Administrativas.

- IV. 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 N° 20.285, y el proyecto adjudicado condicionalmente en el sitio web [www.prochile.gob.cl](http://www.prochile.gob.cl).

**ANÓTESE, NOTIFIQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE**

**PAULINA NAZAL ARANDA**

Directora General de Relaciones Económicas Internacionales

FNM / CSQ

**Distribución:**

1. Asociación Gremial de Vinos de Chile A.G.
2. Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas.
3. [transferencias@direcon.gob.cl](mailto:transferencias@direcon.gob.cl).
4. [presupuesto@direcon.gob.cl](mailto:presupuesto@direcon.gob.cl).
5. Subdepartamento de Atención Ciudadana y Transparencia (Luis Fuentealba).
6. Departamento Jurídico.

