



**ADJUDICA CONDICIONALMENTE PROYECTOS
CONCURSO DE MARCAS SECTORIALES.**

Santiago, 01 de octubre de 2012

RESOLUCIÓN EXENTA N° J – 1098/

VISTOS:

La Ley N° 20.557 de 2011; 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 y Exenta N° J-1089, ambas de 2011, y H-0173 de 2012; 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, también denominada **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** y; 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 28 de septiembre de 2011.
5. Que dos proyectos han sido sometidos a un 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. **ADJUDÍCENSE** 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**, los siguientes proyectos:

| Código | Nombre Proyecto | Adjudicatario | RUT | Monto Aporte Público, hasta: |
|-----------|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------|------------------------------|
| MS2012-03 | PLAN DE REFORZAMIENTO DE LA MARCA | Asociación de Empresas Consultoras de | 71.687.000-6 | \$ 189.880.460 |



| | | | | |
|---|---|--|--------------|----------------|
| | “INGENIERÍA DE CHILE” EN CANADÁ Y DIFUSIÓN A NUEVOS MERCADO DE PERÚ Y COLOMBIA | Ingeniería de Chile A.G. (AIC) | | |
| <p>CONSIDERACIONES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aporte de ProChile hasta un monto de \$189.880.460.- (ciento ochenta y nueve millones ochocientos ochenta mil cuatrocientos sesenta pesos) 2. El proyecto debe comprometer un trabajo conjunto entre AIC y las oficinas comerciales de los 3 mercados, de modo de identificar en los meses iniciales las actividades y actores (eventos, medios de prensa) más relevantes. 3. Se deberán ajustar los objetivos e indicadores por mercado objetivo, los cuales deberán ser fijados para cada mercado. Se deben establecer los indicadores de medición de impacto; debiendo ser más exigentes y concretos. 4. Se debe contemplar dentro del proyecto el trabajo de adecuación de la marca para los mercados latinoamericanos, es decir, se deberán realizar los estudios y levantamiento de información en los nuevos mercados de Colombia y Perú, ajustando de acuerdo a los resultados que provengan de los mismos, aquellas estrategias y mensajes en el relato de la marca. 5. Se debe incorporar en los mensajes y relatos de la marca las áreas distintas o adicionales a la minería. 6. Se deben fortalecer las actividades de sociabilización de este proyecto con los actores relacionados, así como con todas las empresas que forman parte del sector. 7. Se debe destinar a lo menos el 30% del presupuesto de actividades de posicionamiento, en el mercado de Colombia. 8. En caso de que se reactive la marca sectorial “Proveedores Mineros”, el proyecto deberá contemplar procesos de diálogo y sinergia. | | | | |
| MS2012-04 | DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA SECTORIAL MEDIANTE LA MARCA SECTORIAL PATAGONIA MUSSEL, DE LA INDUSTRIA DE MITÍLIDOS DE EXPORTACIÓN, POTENCIANDO LOS ATRIBUTOS DEL PRODUCTO NACIONAL Y DE CHILE COMO PAÍS DE ORIGEN EN EL MERCADO BRASILERO | Asociación Gremial de Miticultores de Chile A.G. (AMICHILE) | 65.343.160-0 | \$ 193.760.000 |



CONSIDERACIONES

1. Aporte de ProChile hasta un monto de \$193.760.000.- (ciento noventa y tres millones setecientos sesenta mil pesos)
2. Se debe realizar, en los primeros meses del proyecto, un levantamiento de la información estadística que permitan evaluar los resultados al final del proyecto sobre: exportaciones chilenas a Brasil, importaciones brasileiras del producto, consumo interno del producto.
3. Se recomienda incorporar al desarrollo de la estrategia comunicacional en el mercado de Brasil los siguientes aspectos:
 - a. Dar a conocer la “historia de nuestro país como productor de alimentos del mar”, dentro de la estrategia de difusión en medios más especializados.
 - b. Revisar desde la vinculación de Chile con personas, rostros, trabajadores, etc. (lo asocia sólo la calidad) para incluirlo en la adaptación local.
 - c. Realizar estudios de mercado orientados a pre-testear el material comunicacional cuando se encuentre en una fase media de desarrollo en los grupos objetivos.
 - d. Acompañar la campaña de una estrategia de medios que potencie otras dimensiones (ej. personas, tecnología, industria etc.) de forma de generar sinergia entre el “producto” y su “denominación de origen”
 - e. Revisar las estrategias comunicacionales del proyecto “Salmon de Chile”, para encontrar espacios de sinergia, sobre todo en puntos de venta.
4. Se recomienda incorporar un plan de contingencia sobre las acciones que se seguiría ante una disminución y/o agotamiento de “semillas” de choritos para las zonas de cultivo.
5. El proyecto debe contemplar en sus primeros meses, un trabajo coordinado con la Agregaduría Agrícola, de modo que las empresas exportadoras participantes inicien su proceso de solicitud de las certificaciones requeridas para el ingreso al mercado brasileiro de productos de origen animal. El proyecto deberá presentar en un primer hito crítico, el estado de avance de la tramitación de los certificados correspondientes.

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 éste 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, por carta certificada, de la situación de cada uno de los proyectos evaluados 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 Nº 20.285, y los proyectos adjudicados condicionalmente en el sitio web www.prochile.gob.cl.

ANÓTESE, NOTIFIQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE

CARLOS HONORATO COMANDARI

Director ProChile (s)

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

FNM
DISTRIBUCIÓN:

1. Departamento Jurídico.
2. Departamento Administrativo.
3. Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas.
4. Subdepartamento Informática. (Luis Fuentealba)
5. Oficina de Partes.

