



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

Santiago, 04 de octubre de 2012

RESOLUCIÓN EXENTA N° J - 1118/

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 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 cuatro 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. **ADJUDÍCANSE** 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:
MS2012-01	STUDY IN CHILE, DESARROLLO DE MARCA SECTORIAL PARA LA PROMOCIÓN DEL SECTOR DE SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN MERCADOS DE LARGA DISTANCIA (ALEMANIA, CHINA, ESTADOS UNIDOS, FRANCIA, REINO UNIDO Y BRASIL)	Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	81.669.200-8	\$224.528.866.-

CONSIDERACIONES

1. Aporte ProChile, hasta un monto de \$224.528.866.- (doscientos veinte y cuatro millones quinientos veinte y ocho mil ochocientos sesenta y seis)



2. Se deberán eliminar de forma individual los mercados objetivos de Francia, Alemania y Reino Unido, y considerar el mercado europeo como uno solo, puesto que la actividad asociada a ese continente se realizará en el marco de la Feria EIE en Turquía y no se realizarán actividades específicas en los mercados objetivos mencionados.
3. La página web de la Marca Sectorial deberá poseer contenido en 4 idiomas (español, inglés, portugués y chino) puesto que será la principal herramienta a utilizar en la atracción del estudiante interesado en tomar cursos en Chile.
4. Se deberán rebajar los costos asociados a actividades en Chile puesto que no es el foco del proyecto. Es el caso de Gestión de Comunicaciones y Prensa en Chile de la etapa de diseño e implementación, Lanzamiento y Cierre de campaña en Chile y Seminarios de sensibilización en Chile.
5. Las empresas que se contraten para apoyar las etapas de diseño e implementación (la empresa IDEE ya se encuentra aprobada) deberán ser validadas por ProChile previo a su contratación.
6. Es necesario considerar el diseño de un kit de bienvenida para los estudiantes extranjeros asociado a la Marca Study in Chile.

MS2012-02	MARCA SECTORIAL DEL SECTOR MANUFACTURAS DE CHILE PARA LOS CONSUMIDORES DE COLOMBIA, COSTA RICA, GUATEMALA, EL SALVADOR Y PANAMÁ	Asociación de Exportadores de Manufacturas y Servicios AG ASEXMA CHILE AG	71.156.600-7	\$135.119.460.-
-----------	---	---	--------------	-----------------

CONSIDERACIONES

1. Aporte ProChile, hasta un monto de \$135.119.460 (ciento treinta y cinco millones ciento diez y nueve mil cuatrocientos sesenta pesos)
2. El proyecto debe enfocarse a manufacturas non – food para hacer realmente efectiva la promoción del sector en los mercados seleccionados.
3. Se deben eliminar los mercados de Guatemala y El Salvador, e integrar el mercado objetivo de Perú, para así potenciar el comercio existente entre países participantes de la Alianza del Pacífico. Aceptada la consideración, el nombre definitivo del proyecto será: MARCA SECTORIAL DEL SECTOR MANUFACTURAS DE CHILE PARA LOS CONSUMIDORES DE COLOMBIA, COSTA RICA, PERÚ Y PANAMÁ.
4. Se deben definir por mercado y con precisión qué sectores se beneficiarán de la marca sectorial y cómo, pues la información que se provee no cumple con responder estas interrogantes. Asimismo, se debe completar de manera detallada la información requerida por mercado objetivo ya que no se específico en el proyecto.
5. Se deberá contratar un jefe de proyecto con dedicación exclusiva a éste. ProChile deberá estar presente durante las entrevistas y validar su contratación.
6. No se podrá considerar el pago a 15 empresas asistentes por actividad con aporte de Marcas Sectoriales. Éste se considerará como aporte de la postulante.

MS2012-05	POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DEL CERDO CHILENO EN EL MERCADO ASIÁTICO	Asociación Gremial de Productores de Cerdos de Chile	71.248.400-4	\$343.500.000.-
-----------	---	--	--------------	-----------------





CONSIDERACIONES

1. Aporte ProChile, hasta un monto de \$343.500.000.- (trescientos cuarenta y tres millones quinientos mil pesos chilenos).
2. Se debe revisar y validar el diseño gráfico de la marca Chile Pork.
3. Se debe vincular el trabajo de diseño, que incorpora estabilidad, confiabilidad, patrimonio sanitario y otros, a rostros, para fortalecer la dimensión personas en la adaptación local de la marca. Adicionalmente, dada la naturaleza y lo que representa el mercado asiático, se requiere estrecha coordinación con otras instituciones y organismos para generar un discurso común y alineado y aumentar el impacto de las acciones.
4. Se debe realizar al menos un evento de difusión del proyecto en el mercado interno.
5. El proyecto se debe focalizar en mayor proporción en el mercado de China por sobre Japón y Corea (mercados consolidados).
6. Se deben realizar los estudios de la etapa de diseño solo en el mercado chino.
7. Se deberá establecer cómo el sector diversificará su oferta, ya sea acercándose al consumidor final o agregando valor a los segmentos que hoy se abastecen, lo que representará un desafío para toda la industria.

MS2012-06	SIDEWAYS CHILE	Asociación Gremial de Vinos de Chile AG	65.829.010-K	\$91.301.448.-
-----------	----------------	---	--------------	----------------

CONSIDERACIONES

1. Aporte ProChile, hasta un monto de \$91.301.448.- (noventa y un millones trescientos un mil cuatrocientos cuarenta y ocho pesos)
2. El proyecto debe velar por establecer en el contrato ciertas condiciones que aseguren resguardos para las cepas que se mencionarán en el libro, los valles y demás aspectos concernientes a la imagen del sector vitivinícola chileno, así como intentar avanzar en acuerdos para lograr la filmación de la película.
3. Se debe incorporar un calendario más detallado de trabajo de los 18 meses del proyecto; y en cuanto a la estadía en Chile del autor, un itinerario aproximado. Se debe explicitar las distintas formas en que las viñas podrán participar del proyecto.
4. No considerar dentro del equipo de trabajo a los profesionales Flavio Llanos y Richard Sharman.

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. NOTIFIQUESE, 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 N° 20.285, y los proyectos adjudicados condicionalmente en el sitio web www.prochile.gob.cl.

ANÓTESE, NOTIFIQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE



FELIX DEVICENTE MINGO

Director ProChile
Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

ENM

DISTRIBUCIÓN:

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

