



APRUEBA HITO CRÍTICO "ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN" PROYECTO: CAMPAÑA GLOBAL DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA SECTORIAL WINES OF CHILE EN CHINA.

Santiago, 11 de julio de 2013

RESOLUCIÓN EXENTA N° J – 0803/

VISTOS:

El Decreto con Fuerza de Ley del Ministerio de Relaciones Exteriores N° 53 de 1979; el Decreto Supremo del Ministerio de Relaciones Exteriores N° 81, de 2012; las Resoluciones de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Afectas N° 78 de 2011 y N° 53 de 2012, y Exenta N° J-0035 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 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 del 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-0035 de 16 de enero de 2012, **PROCHILE** adjudicó, dentro del llamado a concurso, el proyecto denominado “**CAMPAÑA GLOBAL DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA SECTORIAL WINES OF CHILE EN CHINA**”, en adelante el **PROYECTO**, a la **ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE A.G.**
- 6) Que con fecha 18 de abril de 2012, **DIRECON** suscribió un convenio con la **ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE A.G.**, aprobado por Resolución del Servicio Afecta N° 53, de 2012, tomada de razón con fecha 15 de junio de 2012, 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 Subdepartamento Marcas Sectoriales, en su Memorándum N° 4017, complementado por el Pase Interno N° 13, ambos de 2013, debidamente visados por el jefe del Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas de **DIRECON**, corresponde aprobar el informe que se acompaña, que constituye el Hito Crítico “Etapa de Implementación” del **PROYECTO**.

RESUELVO:

- I. **APRUEBASE** el informe de hito crítico, etapa de implementación, correspondiente al proyecto denominado “**CAMPAÑA GLOBAL DE POSICIONAMIENTO DE LA MARCA SECTORIAL WINES OF CHILE EN CHINA**”, cuyo adjudicatario es la **ASOCIACIÓN GREMIAL DE VINOS DE CHILE A.G.**
- II. **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 7° de la Ley N° 20.285.

ANÓTESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE



ALVARO JANA LINETZKY

Director General

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales



FNM

DISTRIBUCIÓN:

1. Departamento Subdirección de Marketing, Comunicaciones y Marcas.
2. Subdepartamento Marcas Sectoriales.
3. Departamento Administrativo.
4. Subdepartamento de Atención Ciudadana y Transparencia. (Luis Fuentealba).
5. Departamento Jurídico.
6. Archivo.

