

SANTIAGO, 23 de Mayo de 2011

MINISTERIO DE HACIENDA OFICINA DE PARTES RECIBIDO

RESOLUCIÓN AFECTA N° 78/2011

MATERIA: Aprueba Bases y Anexos, modalidad Ventanilla Abierta para la Postulación de Proyectos de Marcas Sectoriales.

CONTRALORIA GENERAL TOMA DE RAZON RECEPCION	
DEPART. JURIDICO	30 MAYO 2011
DEP. T.R. Y REGISTRO	30 MAYO 2011
DEPART. CONTABIL.	
SUB. DEP. C. CENTRAL	
SUB. DEP. E. CUENTAS	
SUB. DEP. C.P.Y. BIENES NAC.	
DEPART. AUDITORIA	
DEPART. V.O.P., U. y T.	
SUB DEP. MUNICIP.	
REFRENDACION	
REF. POR \$	_____
IMPUTAC.	_____
ANOT. POR \$	_____
IMPUTAC.	_____
DEDUC. DTO.	_____

VISTOS: La Ley N° 20.481 de 2010; el decreto con fuerza de ley del Ministerio de Relaciones Exteriores N° 53, de 1979; el decreto supremo exento N° 617 de 2010 del Ministerio de Relaciones Exteriores; 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 indistintamente **DIRECON** o **PROCHILE**, es un Servicio Público dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, creado por el Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de 1979, de dicha Secretaría de Estado, 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, a partir del año 2011 se crea el Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales, dependiente de DIRECON, que tiene entre otras responsabilidades planificar y gestionar adecuadamente el uso de los recursos que transfiere a DIRECON el Ministerio de Economía, a través de CORFO, para financiar, entre otras, la implementación de proyectos relacionados con la creación de marcas sectoriales en industrias exportadoras o con alta potencialidad exportadora.
3. Que en lo referido a la implementación de los nuevos proyectos señalados, DIRECON dispone de recursos que le transfiere el Ministerio de Economía, a través de CORFO, para aquel fin, el cual, lleva a cabo, en lo que interesa, a través del financiamiento de proyectos, por medio de concursos públicos;
4. Que para efectos de regular la asignación vía concurso público de los recursos indicados en el numeral anterior, DIRECON ha estimado necesario crear un procedimiento regido por las presentes bases, constituyéndose éstas en el marco regulador de la convocatoria que realice para la presentación de proyectos de marcas sectoriales. En ellas se definen los aspectos técnicos y administrativos a los cuales deberán sujetarse quienes quieran participar en la convocatoria que realice **PROCHILE** para la transferencia de recursos públicos.

TOMADO RAZON

10 JUN. 2011

Contralor General de la República Subrogante



RESUELVO

- I. **APRUÉBANSE** las siguientes Bases y Anexos, modalidad Ventanilla Abierta para la postulación de Proyectos de Marcas Sectoriales, cuyo texto es el siguiente.

BASES VENTANILLA ABIERTA PARA LA POSTULACIÓN DE PROYECTOS DE MARCAS SECTORIALES

Índice

INTRODUCCIÓN	4
SECCIÓN 1: BASES TÉCNICAS	4
1. ANTECEDENTES Y OBJETIVO GENERAL	4
1.1. ANTECEDENTES GENERALES	4
1.2. OBJETIVO GENERAL.....	4
2. PROYECTO DE MARCA SECTORIAL	4
2.1. ETAPAS DE UN PROYECTO DE MARCA SECTORIAL	5
2.2. TIPOS DE PROYECTOS DE MARCA SECTORIAL.....	5
2.3. REQUISITOS DEL PROYECTO.	6
3. PARTICIPANTES	7
3.1. POSTULANTE(S), DENOMINADO(S) ADJUDICATARIA(S)	7
3.2. ENTIDADES INTERESADAS	7
3.3. BENEFICIARIOS	8
3.3.1. BENEFICIARIOS DIRECTOS	8
3.3.2. BENEFICIARIOS INDIRECTOS	8
3.4. NORMAS DE RELACIÓN E INCOMPATIBILIDADES	8
3.5. SUBCONTRATADO	8
4. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	9
5. FINANCIAMIENTO DE LOS PROYECTOS	9
5.1. COFINANCIAMIENTO	9
5.2. ÍTEMS DE GASTOS FINANCIABLES.....	9
5.3. ÍTEMS DE GASTOS NO FINANCIABLES	10
SECCIÓN 2: BASES ADMINISTRATIVAS	11
1. POSTULACIÓN	11
1.1. LUGAR Y FECHA	11
1.2. CONSULTAS Y RESPUESTAS	11
1.3. DUPLICIDAD.....	11
1.4. ANTECEDENTES DE POSTULACIÓN.....	11
2. PROCESO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE PROYECTOS	11
2.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	12
2.2. SELECCIÓN DE LOS PROYECTOS.....	13
3. SUSCRIPCIÓN DE CONVENIO	14
3.1. ANTECEDENTES COMUNES A ACOMPAÑAR POR TODAS LAS ENTIDADES ADJUDICATARIAS	14
3.2. ANTECEDENTES ESPECIALES POR TIPO DE ENTIDAD ADJUDICATARIA.....	14
• ENTIDAD ADJUDICATARIA ASOCIACIÓN GREMIAL, FEDERACIÓN GREMIAL O CONFEDERACIÓN GREMIAL	14
• ENTIDAD ADJUDICATARIA CORPORACIONES O FUNDACIONES DE DERECHO PRIVADO	14
• ENTIDAD ADJUDICATARIA EMPRESAS	15
• ENTIDAD ADJUDICATARIA UNIVERSIDAD.....	15
3.3. ANTECEDENTES A ACOMPAÑAR POR LAS ENTIDADES INTERESADAS	15



4.	MODALIDAD DE ENTREGA DE LOS RECURSOS PÚBLICOS.....	15
5.	TÉRMINO ANTICIPADO DEL CONVENIO Y SANCIONES	15
6.	GARANTÍAS POR ANTICIPO	16
7.	MODIFICACIONES A LOS PROYECTOS	17
8.	INFORMES TÉCNICOS Y RENDICIÓN DE GASTOS.....	17
8.1.	INFORMES TÉCNICOS	17
8.2.	RENDICIONES DE GASTOS	17
9.	PROPIEDAD, DIFUSIÓN, TRANSFERENCIA Y UTILIZACIÓN DE RESULTADOS. ...	17
	ANEXO N° 1.....	19
	ANEXO N° 2	20
	ANEXO N° 3	21
	ANEXO N° 4.....	22
	ANEXO N° 5	23
	ANEXO N° 6.....	24
	ANEXO N° 7	25
	ANEXO N° 7.A	26
	ANEXO N° 7.B	27
	ANEXO N° 7.C	28
	ANEXO N° 8.....	29



INTRODUCCIÓN

La Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, en adelante indistintamente **DIRECON** o **PROCHILE**, 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.

En lo referido a la promoción de exportaciones, **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 cuatro lineamientos estratégicos: Incorporar elementos diferenciadores en las exportaciones nacionales para abordar los desafíos de una exportación sustentable; desarrollar e implementar, estrategias de promoción comercial, 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.

De acuerdo a estos lineamientos, se enmarcan las acciones del Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales, responsable de diseñar, implementar, coordinar y realizar seguimiento a estrategias, líneas de acción y programas de apoyo para la gestión de marcas sectoriales y empresariales que contribuyan al posicionamiento de la oferta exportable y de la imagen de Chile en el exterior.

El Director General de Relaciones Económicas Internacionales, en su calidad de Jefe de Servicio y en virtud de las funciones que le entrega el Decreto con Fuerza de Ley N° 53, de abril de 1979, tiene la facultad para asignar los recursos antes mencionados, lo cual realiza a través del financiamiento de proyectos. En el caso de proyectos de marcas sectoriales, el Director General cuenta con el apoyo de una instancia de carácter consultivo cuyas funciones se definen más adelante.

Las presentes bases son el marco regulador para la presentación de proyectos de marcas sectoriales. En ellas se definen los aspectos técnicos y administrativos a los cuales deberán sujetarse quienes quieran participar y para acceder a la transferencia de recursos públicos.

SECCIÓN 1: BASES TÉCNICAS

1. ANTECEDENTES Y OBJETIVO GENERAL

1.1. ANTECEDENTES GENERALES

El proceso de gestión de marcas sectoriales implica activar, comunicar, posicionar y monitorear una marca, mediante la administración estratégica del conjunto total de activos vinculados al sector de interés. **De esta manera, se busca destacar el rol de la marca sectorial, como el conjunto de asociaciones mentales que tiene un consumidor, y que suma al valor percibido, respecto al sector¹ productivo de un país.**

Se debe tener en consideración que dado que el posicionamiento de una marca sectorial es un proceso de larga maduración, sistémico y permanente en el tiempo, es indispensable dar continuidad a las acciones ya iniciadas en los mercados externos. El apoyo del Estado en esta materia, será decreciente en el tiempo de acuerdo al grado de maduración de las marcas sectoriales apoyadas.

INSTANCIA CONSULTIVA

El Director General podrá invitar a participar de una instancia consultiva a personas, tanto de organismos públicos externos como de la propia DIRECON, con el fin de que lo asesoren y realicen recomendaciones técnicas y estratégicas en las materias relativas a los proyectos Marcas Sectoriales.

Esta instancia sesionará con al menos cuatro de sus miembros, quienes establecerán acuerdos por mayoría simple de los presentes, los cuales serán informados al Director General.

1.2. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es **apoyar el diseño, implementación y fortalecimiento del posicionamiento internacional de marcas sectoriales**, representativas de sectores productivos nacionales que contribuyan a la construcción de la imagen de Chile en el exterior.

2. PROYECTO DE MARCA SECTORIAL

Un proyecto de marca sectorial es una iniciativa que busca potenciar el valor de un determinado sector de la actividad económica a través del diseño e implementación de una marca.

¹ Para estos efectos, se entiende por sector al conjunto de empresas que participan directamente en la producción, procesamiento y/o comercialización de un producto/servicio o conjunto asociado de productos/servicios.



Mediante un trabajo asociativo público – privado, cada proyecto diseña y desarrolla una estrategia de marca que le permita penetrar en uno o más mercados internacionales.

Para ello, en sintonía con la imagen de Chile, se trabajan atributos, beneficios y/o valores relevantes del sector que permitan potenciar la penetración y desarrollo de dicho sector en el (los) mercado(s) de destino definido(s) y debidamente justificado(s) por éste.

Se busca que este tipo de iniciativas cuenten con las siguientes características:

- que contribuyan al posicionamiento de la imagen de Chile,
- que posean una alta representatividad sectorial,
- que generen estrategias atinentes al (los) mercado(s) y segmento(s) objetivo,
- que trabajen con un equipo con experiencia, calificado de acuerdo a los requerimientos del proyecto y con trayectoria internacional, y
- que al término de su ejecución logren obtener resultados e impacto en los mercados abordados.

Estos proyectos deben posicionar al sector a nivel genérico (productos o servicios genéricos), sin distinción de marcas, empresas o grupos de empresas.

2.1. ETAPAS DE UN PROYECTO DE MARCA SECTORIAL

1. **ETAPA DE DISEÑO DE LA MARCA SECTORIAL:** Esta etapa corresponde a la fase de conceptualización y definición de la marca sectorial y su propuesta de posicionamiento. De esta etapa se obtienen la marca sectorial diseñada, la propuesta de valor, los atributos a posicionar, y la estrategia de posicionamiento.

Se deberán considerar al menos los siguientes elementos: Estudios (de imagen, identidad, de percepción/línea de base), definición del(o los) segmento(s) objetivo(s), diseño y propuesta de marca (gráfica y conceptual), validación sectorial y construcción del plan de acción.

De lo anterior, en cuanto al estudio de percepción, se busca obtener información que permita tener el punto de partida para comparar y evaluar los resultados de las acciones realizadas al finalizar las actividades del plan de acción en el mercado. En el Anexo N°4 se plantean los indicadores mínimos que deberán ser considerados para su medición.

Con respecto al plan de acción, es posible considerar en su construcción actividades de posicionamiento de marca y actividades comerciales a fin de abarcar el(los) mercado(s) objetivo de forma integral. Este plan debe considerar los siguientes aspectos, para cada una de las actividades: Nombre de la actividad, objetivo, descripción, segmento(s)/público(s) objetivo, mensaje(s) (específicos para el(los) segmento(s) objetivo), canales y/o medios de comunicación, resultados esperados, fecha/plazo de realización y costo asociado. El plan de acción deberá contener acciones capaces de generar alto impacto en el(los) segmentos objetivo.

La duración de esta etapa varía de acuerdo a las especificaciones de cada proyecto, se estima una duración de entre 3 a 5 meses.

Hito crítico de la etapa de diseño del proyecto

Consiste en la presentación de los resultados obtenidos durante la etapa de diseño al Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales y a la instancia consultiva del Director General si ésta se hubiere establecido, donde se revisan estos resultados, para que el Director General de Relaciones Económicas Internacionales decida la continuidad o no del proyecto a la etapa de implementación.

2. **ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN:** Esta etapa corresponde a la ejecución del plan de acción, definido en la etapa de diseño, en el(los) mercado(s) objetivo(s), a fin de posicionar la marca sectorial desarrollada. Llevada a cabo la ejecución, se debe realizar un estudio de medición de resultados, para evaluar las acciones realizadas.

Hito crítico de la etapa de implementación del proyecto

Consiste en la presentación de los avances obtenidos durante la etapa de implementación del proyecto al Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales y a la instancia consultiva del Director General si ésta se hubiere establecido. Se revisan las acciones realizadas y la continuidad o no del proyecto, decisión que recae en el Director General de Relaciones Económicas Internacionales. Esta presentación se realizará entre los meses 4 al 12 luego de iniciarse la etapa de implementación, dependiendo de la extensión del proyecto, hecho que será notificado por el Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales, mediante carta certificada a la(s) adjudicataria(s), con al menos 10 días hábiles de anticipación.

2.2. TIPOS DE PROYECTOS DE MARCA SECTORIAL

De acuerdo a lo anterior, podrán postular los siguientes tipos de proyectos:

- a. **PROYECTOS DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE MARCA SECTORIAL:** Corresponden a proyectos que consideran las etapas de diseño e implementación explicadas precedentemente. Estos proyectos están dirigidos a la creación de nuevas marcas sectoriales.

Se debe considerar que ya existen marcas desarrolladas con apoyo de PROCHILE. El listado de estas marcas está disponible en el sitio web de PROCHILE (www.prochile.cl).



Las marcas sectoriales deben tener la mayor amplitud y cobertura posible. En caso de que se presenten subsectores pertenecientes a sectores que ya cuenten con sus marcas sectoriales desarrolladas, las submarcas que se generen deben ser coherentes, estar alineadas y coordinadas con la marca sectorial genérica.

- b. **PROYECTOS DE IMPLEMENTACIÓN DE MARCA SECTORIAL:** Este tipo de proyecto considera únicamente el desarrollo de la etapa de implementación y corresponden a iniciativas que buscan fortalecer el posicionamiento internacional de un determinado sector de la actividad económica. Estos sectores cuentan con su marca sectorial desarrollada, y buscan continuar con las acciones de posicionamiento en el(los) mercado(s) objetivo.

Dentro de este tipo de proyectos se distinguen:

b1. Proyectos que cuentan con su marca sectorial desarrollada de acuerdo a la metodología establecida por el Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales, y que ya ejecutaron el primer proceso de diseño y/o implementación de marca.

Estas iniciativas deben incluir al momento de postular los siguientes antecedentes:

- i. Antecedentes del diseño de la marca.
- ii. Resultados de la primera etapa de implementación, si corresponde.
- iii. Manual de marca sectorial.
- iv. Mercado(s)/segmento(s) objetivo de la campaña, con su justificación.
- v. Plan de acción diseñado para el(los) mercado(s) donde ya iniciaron acciones de posicionamiento.

En cuanto a los **mercados** en que se podrán realizar las acciones de posicionamiento de marca, se presentan las siguientes opciones:

- i. Considerar el mismo(s) mercado(s) abordado(s) en el proyecto de diseño e implementación inicial.
- ii. Incrementar el número de mercados considerados.
- iii. Reemplazar el(los) mercado(s) elegido(s).

En todos los casos anteriores, y en especial para la tercera opción, se deberá entregar una justificación técnica que respalde la elección, considerando tamaño y potencial de mercado, oportunidad comercial y proyecciones, entre otros antecedentes.

b2. Proyectos que desarrollaron su marca sectorial de manera independiente, y que cumplen con los requisitos básicos de una marca sectorial, es decir: manual de marca, estrategia de posicionamiento, definición de atributos y mensajes.

Al momento de su postulación, estas iniciativas deben incluir los siguientes antecedentes:

- i. Manual de marca sectorial.
- ii. Antecedentes referentes a los resultados de acciones de posicionamiento realizadas en el (los) mercado(s) objetivo, si corresponde.
- iii. Mercado(s) /segmento(s) objetivo de la campaña, con su justificación.
- iv. Plan de acción diseñado para el(los) mercado(s) donde ya iniciaron acciones de posicionamiento.

En cuanto a los mercados, se recomienda ejecutar el plan de acción en aquellos mercados donde ya se han realizado acciones de posicionamiento.

2.3. REQUISITOS DEL PROYECTO.

A. REQUISITOS EN CUANTO A LAS CAPACIDADES DEL EQUIPO TÉCNICO

El proyecto deberá contar con un equipo técnico con las capacidades necesarias para llevar a cabo las actividades planificadas. Por lo tanto, en la formulación del proyecto se deben contemplar los siguientes aspectos:

Para la etapa de diseño:

El equipo técnico comprometido debe contar con capacidades, especialización y experiencia, las que serán evaluadas conforme al numeral 2.1 de las Bases Administrativas, en las siguientes materias: gestión de marca (branding), marketing estratégico, diseño gráfico y/o publicidad, entre otros.

Para la conformación de este equipo se podrán considerar los siguientes tipos de integrantes:

- capacidades propias de la(s) entidad(es) postulante(s) del proyecto. Es recomendable contar dentro del equipo interno con un experto o especialista con conocimiento del negocio y del mercado, que preste asesoría en lo relacionado a la estrategia de posicionamiento y diseño del plan de acción.
- especialistas o expertos en los temas mencionados, que serán contratados especialmente para el proyecto,
- empresa(s) que serán contratada(s) para este propósito.

Se evaluará positivamente si los miembros del equipo cuentan con experiencia internacional, y si poseen experiencia en la construcción y desarrollo de marcas renombradas.

Al momento de la postulación, y según corresponda, es obligatorio presentar las empresas o expertos individualizados que se harán cargo del **diseño de la marca** y de la **construcción del diseño del plan de acción**.

Para la etapa de implementación:

Para llevar a cabo las actividades del plan de acción, en la formulación del proyecto se debe contemplar la contratación de al menos una empresa o expertos y especialistas, según corresponda, en áreas como: análisis comunicacional,



gestión de medios, capacidades de marketing y/o producción de eventos, entre otros. Se recomienda considerar agencias de comunicaciones, agencias de publicidad y marketing, de relaciones públicas, o empresas y expertos externos afines.

Para el caso de los proyectos que consideren tanto las etapas de diseño como implementación, deberán presentar el equipo de trabajo de la etapa de implementación en el Hito Crítico de la etapa de diseño del proyecto.

La(s) empresa(s) externa(s) y/o experto(s) considerado(s), debe(n) demostrar una reconocida trayectoria. Se evaluará positivamente si la(s) empresa(s) y/o experto(s) cuenta(n) con experiencia internacional.

La(s) empresa(s) y/o asesor(es) externo(s) considerado(s) en el proyecto no podrán tener participación de los resultados de éste, ni relación contractual con **PROCHILE**.

B. REQUISITOS EN CUANTO A LOS ELEMENTOS QUE SE DEBEN CONSIDERAR SOBRE LA IMAGEN DE CHILE

Los proyectos deben seguir lineamientos y atributos genéricos sobre la imagen de Chile. Éstos, se describen en términos generales en el Anexo N° 5 de las presentes Bases.

En el caso que los lineamientos sean modificados, los proyectos deberán adaptar sus acciones de acuerdo a estos cambios. **PROCHILE** será el encargado de notificar directamente a las beneficiarias las modificaciones realizadas y los nuevos lineamientos.

3. PARTICIPANTES

El proyecto podrá considerar la participación de las entidades que se detallan a continuación. **PROCHILE** se reserva el derecho de verificar que todas las entidades señaladas en el proyecto estén debidamente informadas y comprometidas con el proyecto postulado.

3.1. POSTULANTE(S), DENOMINADO(S) ADJUDICATARIA(S)

Persona(s) jurídica(s) que presenta(n) el proyecto y que, una vez adjudicado el mismo, pasa(n) a ser legalmente responsable(s) ante **PROCHILE** de su ejecución. De este modo, será sujeto activo y pasivo de todos los derechos y obligaciones que se establezcan en el convenio que se suscriba al efecto, incluyendo las rendiciones de los gastos e informes técnicos de las actividades que sean ejecutadas por terceros (se adjunta formato Ficha de Postulante, en Anexo N° 1)

Se admitirán en calidad de postulante individual, a alguna de las siguientes personas:

- **Asociaciones, Federaciones y Confederaciones Gremiales**, constituidas legalmente en Chile.
- **Corporaciones o Fundaciones de derecho privado** constituidas legalmente en Chile, cuyo fin sea la promoción y/o representación de un mismo sector productivo, cluster u otra agrupación que justifique una intervención para mejorar su competitividad.

En el caso asociativo, se admitirán:

- **Cinco o más empresas no relacionadas entre sí** (ver Punto 3.4. Normas de Relación e Incompatibilidades), **exportadoras nacionales o potenciales exportadoras, representativas del sector al que pertenecen**, que tengan la intención o capacidad real de exportar. Éstas deberán ser, personas jurídicas con fines de lucro, cuyo objeto sea la producción de bienes o prestación de servicios. La representatividad se medirá en función del porcentaje que las ventas (internas y externas), y/o la producción del grupo representan sobre el total del sector, y/o el número de empresas comprometidas en el proyecto con respecto al total del sector.
- **Cinco o más Universidades** Estatales y/o Universidades privadas reconocidas por el Estado.
- **Dos o más asociaciones, federaciones, confederaciones gremiales, corporaciones o fundaciones de derecho privado, representativas del sector al que pertenecen. Una o más asociaciones, federaciones, confederaciones gremiales, corporaciones o fundaciones de derecho privado, en conjunto con una o más empresas exportadoras nacionales, o potenciales exportadoras, no relacionadas representativas del sector al que pertenecen, y/o universidades.**

En los proyectos del tipo **Implementación de Marca Sectorial**, se debe distinguir entre:

- i. Aquellos que desarrollaron su marca sectorial de acuerdo a la metodología del Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales: Podrán postular las entidades que participaron en dicho desarrollo, y que cumplen con los requisitos establecidos en este numeral. Si los postulantes no corresponden a los mismos que participaron en el proyecto inicial, junto con la postulación se deberá adjuntar un documento al Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales, donde se explique este cambio.
- ii. Aquellos que desarrollaron su marca sectorial de manera independiente: Podrán participar las entidades especificadas en este numeral.

3.2. ENTIDADES INTERESADAS

Son entidades relevantes en alguno de los ámbitos de aplicación del proyecto, las que con su participación acreditan la pertinencia del mismo.

La entidad interesada es una persona jurídica, nacional o extranjera, pública o privada, que **se caracteriza por cofinanciar la ejecución del proyecto** mediante un aporte que puede consistir en dinero, bienes, conocimientos



de mercado, bases de datos, la realización de actividades específicas u otros aportes de carácter no pecuniarios debidamente valorados.

En las presentes bases, el proyecto podrá contemplar, de manera voluntaria, la participación de entidades interesadas, que deseen formar parte y aportar al proyecto. Esto se considerará como aporte para completar los recursos solicitados a la postulante.

La existencia de entidades interesadas no altera el carácter de individual o asociativo de un proyecto, el que dice relación con las entidades que postulan ya sea individual o asociativamente.

En el caso de entidades públicas, los compromisos de aporte de recursos pecuniarios deberán ser enterados de acuerdo a la normativa vigente. Sólo tratándose de proyectos con ámbito de ejecución regional podrá considerarse el aporte en esta calidad por parte del Gobierno Regional correspondiente, pudiendo este aporte representar no más del 50% del aporte total de(los) participante(s).

Tanto la participación como el aporte de la(s) entidad(es) interesada(s) deberá(n) acreditarse mediante una carta de compromiso. El formato de la carta de compromiso se presenta en el Anexo N°6 de las presentes bases.

3.3. BENEFICIARIOS

Se distinguen dos tipos de beneficiarios:

3.3.1. BENEFICIARIOS DIRECTOS

Son las personas naturales o jurídicas, incluidos los postulantes, que desarrollan, procesan y/o comercializan los bienes y/o servicios que forman parte del sector representado por el proyecto, o aquellas personas jurídicas que representan al sector, siendo los primeros beneficiados de los resultados de éste.

3.3.2. BENEFICIARIOS INDIRECTOS

Son las personas naturales o jurídicas que desarrollan, procesan y/o comercializan los bienes y/o servicios a que hace referencia el sector representado en el proyecto y que, por consiguiente, tienen un interés potencial en los resultados del mismo, sin haber participado en su elaboración ni ejecución.

3.4. NORMAS DE RELACIÓN E INCOMPATIBILIDADES

Para el sólo efecto de las presentes Bases se entenderá que dos entidades de aquellas mencionadas en el numeral 3.1 se encuentran relacionadas en los siguientes casos:

- a. Se entenderá que una entidad y una sociedad o dos sociedades se encuentran relacionadas cuando la entidad o una de las sociedades posee directamente o a través de otra u otras persona(s) jurídica(s) el 10% o más del capital de la otra sociedad.
- b. Se entenderá que dos entidades, cualquiera sea su naturaleza jurídica se encuentran relacionadas cuando:
 - i. Tienen el mismo representante legal.
 - ii. Una tiene, por sí sola, derecho a elegir un miembro en el órgano directivo de la otra.

Las entidades que se encuentren relacionadas de cualquiera de estas formas, podrán igualmente postular de manera asociativa pero no serán consideradas para contabilizar el cumplimiento de los números mínimos requeridos para las postulaciones asociativas mencionadas en el numeral 3.1.

Sin perjuicio de lo anterior, se deja expresa constancia que, para los efectos de las presentes bases, no se consideran como relacionadas las asociaciones, federaciones o confederaciones gremiales que postulen conjuntamente con empresas que participen en dichas instituciones gremiales.

La circunstancia de no encontrarse relacionado, en los términos precedentes, se acreditará mediante la suscripción de la Declaración Jurada pertinente contenida en el Anexo N° 7.C.

Asimismo, la calidad de adjudicataria o entidad interesada es incompatible con la prestación de servicios financiados con cargo al proyecto.

3.5. SUBCONTRATADO

Es una persona natural o jurídica, nacional o extranjera, contratada por la adjudicataria para la ejecución de ciertas actividades o tareas específicas. No tendrán participación de los resultados del proyecto ni relación contractual con PROCHILE.

En la formulación del proyecto se determinarán las acciones a realizar y el monto de recursos destinados a financiar las actividades del subcontratado.

El subcontratado debe poseer capacidades técnicas necesarias para la ejecución de determinadas actividades que, en la propia formulación del proyecto, se consideran como críticas para lograr un buen resultado del mismo.

El postulante deberá incluir en la presentación del proyecto una ficha denominada "Ficha de Subcontratado", (Se adjunta formato Ficha de Subcontratado, en Anexo 8)



PROCHILE evaluará la subcontratación de ejecución de actividades del proyecto, pudiendo solicitar al efecto los antecedentes que sean necesarios para calificar la idoneidad técnica de los subcontratados propuestos, pudiendo aprobarla o rechazarla. El rechazo de la misma, no significará el rechazo de la postulación del proyecto.

Se deja expresamente establecido que entre subcontratado y postulante no podrá existir relación alguna que los vincule como socios o implique algún tipo de autocontratación.

4. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Los proyectos deberán prever para su ejecución el plazo necesario para el logro de sus objetivos, el que, en todo caso, no podrá exceder de **24 meses consecutivos**.

Los plazos de los proyectos en ejecución podrán ser prorrogados hasta en **6 meses** más, si por causas no imputables a la adjudicataria, las actividades contempladas en el proyecto no pudieren realizarse en el plazo inicialmente aprobado, solicitud que será resuelta conforme a los procedimientos establecidos por **PROCHILE**.

Para los efectos de estas bases, salvo que se señale lo contrario, los plazos se entenderán de días corridos. Por días hábiles se entenderán todos los días de la semana, con excepción de los sábados, domingos y festivos.

5. FINANCIAMIENTO DE LOS PROYECTOS

5.1. COFINANCIAMIENTO

Los proyectos que se presenten serán cofinanciados entre sector público y privado, señalándose en el mismo el porcentaje de cofinanciamiento público al cual postula. Podrá solicitarse un aporte no reembolsable de hasta el 60% del presupuesto total del proyecto, distribuido hasta en 24 meses consecutivos. En el caso de los proyectos que consideren diseño e implementación, este porcentaje se deberá mantener para cada etapa del proyecto.

En cuanto al aporte privado, de al menos un 40%, debe ser realizado por la(s) adjudicataria(s) y/o entidad(es) interesada(s), si las hubiere; pudiendo ser distribuido de la siguiente manera: un aporte pecuniario que deberá representar, a lo menos, el 30% del presupuesto total del proyecto, y un aporte valorado de un máximo de 10% del presupuesto total del proyecto.

Los recursos financieros para la ejecución de un proyecto, se asignarán en moneda nacional.

Todos los aportes que provengan de la(s) adjudicataria(s) y/o entidad(es) interesada(s), deberán respaldarse mediante cartas de compromiso remitidas y firmadas por el representante legal de la entidad aportante y dirigidas a **PROCHILE** (se adjunta formato en Anexo N°6 de las presentes Bases).

Debe considerarse que el monto solicitado deberá guardar relación con los objetivos del proyecto, las características de las actividades planteadas en la propuesta y ser coherente con los resultados que se esperan obtener.

5.2. ÍTEMS DE GASTOS FINANCIABLES.

La programación e imputación de gastos se realizará sobre la base de costos reales, demostrables, siendo financiados por **PROCHILE** los siguientes ítems:

- Viáticos internacionales: Corresponden a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por un cometido en el exterior de quien o quienes ejecuten las actividades de un proyecto. Para el cálculo de este gasto se debe hacer uso de la planilla de viáticos de **PROCHILE** (disponible en www.prochile.cl), asimilando el costo diario a grado 7.
- Alojamiento y alimentación: Gastos incurridos por concepto de estadía en territorio nacional para el desarrollo de las actividades de un proyecto.
- Pasajes aéreos, terrestres y marítimos: Corresponden a los gastos por concepto de pasajes aéreos, terrestres y marítimos nacionales e internacionales. Se debe considerar pasajes aéreos internacionales asimilados en clase "económica".
- Seguro de asistencia en viajes por tramo reconocido en el proyecto.
- Honorarios y remuneraciones: Corresponden al gasto de las remuneraciones del personal profesional, técnico y/o administrativo asociado directamente a las actividades del proyecto, y a los pagos correspondientes a honorarios por contratos de prestación de servicios. Sólo se podrá rendir en este ítem el pago a personas naturales según total haber (valor a costo real de la adjudicataria). No se aceptarán provisiones en este ítem.
- Arriendo de espacios: Estos gastos se asocian a arriendos de espacios físicos, principalmente en eventos internacionales u otro similar que requiera del financiamiento de este ítem de gasto para la ejecución de la actividad de un proyecto.
- Arriendo de salón: Gastos que resultan del arrendamiento de espacios físicos para realizar reuniones específicas, las cuales se desarrollan principalmente en hoteles.
- Arriendo de equipos: Corresponde a imputaciones por concepto de arriendos de equipos computacionales, equipos audiovisuales y otros complementarios y/o equivalentes.



- Diseño, elaboración de material promocional, impresión e imagen*: Se refiere a gastos para la elaboración de materiales promocionales para apoyar las actividades del proyecto, tales como: catálogos, dípticos, trípticos, pendones, carpetas, logos, servicios de impresión, entre otros.
- Entradas e inscripciones en eventos: Estos gastos están referidos al pago de inscripciones y/o derechos de asistencia a seminarios, cursos, talleres, capacitaciones, ferias, entre otros.
- Envíos de muestras: Corresponde a los gastos asociados al transporte aéreo, terrestre y/o marítimo, vinculados a la ejecución de un proyecto de marcas sectoriales (sólo atribuible al transporte de carga y servicios courier).
- Gastos en logística general: Corresponden a gastos por acciones de apoyo a actividades de un proyecto de marcas sectoriales, tales como: arriendo de mesas, sillas, manteles, arriendo de amplificación, equipo de proyección e iluminación, servicio de catering, distribución de invitaciones, entre otros. Se incurre en este gasto cuando el postulante incluye en sus actividades eventos promocionales en territorio nacional y/o extranjero.
- Gasto en medios de publicidad y difusión: Gastos referidos a la compra de servicios publicitarios y de difusión, tales como: espacios de televisión y radio; insertos en periódicos, revistas, entre otros.
- Consultorías, asesorías y servicios: Gastos referidos a la contratación de consultorías, asesorías y servicios de proveedores especializados, relacionados con las actividades del proyecto.
- Servicios de traducción: Corresponde a los gastos por los servicios de interpretación y/o traducciones.
- Movilización interna: Se refiere a los gastos en movilización dentro de la ciudad donde se desarrolla la actividad de un proyecto de marcas sectoriales, tales como: taxis, buses, trenes, colectivos, arriendo de vehículos, entre otros.
- Gastos de administración: Este costo dice relación con los gastos de administración necesarios para la realización adecuada de las actividades de un proyecto de marcas sectoriales (servicios básicos relacionados con la ejecución del proyecto: Telefonía celular y fija, correspondencia, internet, electricidad, agua, fotocopias, arriendo de inmuebles, gastos comunes, materiales de oficina). Son gastos incurridos en territorio nacional y extranjero. Se considerarán gastos administrativos máximo un 2% del total del proyecto.
- Costo de garantías: Se refiere al costo financiero de la obtención de las garantías que tenga que entregar la adjudicataria por anticipo de fondos públicos.
- Costo de la cuenta corriente específica destinada a la administración de los fondos del proyecto.
- Desarrollo de sitios web: Se cofinanciará el costo de desarrollo y mantención de sitios web por el período de duración del proyecto.

Cada uno de los ítems mencionados será cofinanciado en hasta un 60% por **PROCHILE**, a excepción de aquellos referidos a honorarios y remuneraciones, gastos de administración, costo de garantías y costo de la cuenta corriente específica destinada a la administración de los fondos del proyecto, los que podrán exceder dicho porcentaje.

5.3. ÍTEMS DE GASTOS NO FINANCIABLES

No será posible incluir en el proyecto, a ningún título, gastos asimilables a inversión en activos, de representación o aquellos costos que, aún cuando no se realice el proyecto, existan para la(s) adjudicataria(s) y/o beneficiarios, tales como:

- Compra de computadores, partes o piezas de hardware.
- Compra de mobiliario: escritorios, estanterías, sillas.
- Compra de vehículos motorizados de cualquier tipo.
- Regalos a autoridades o empresarios (nacionales e internacionales).
- Lavandería.
- Servicios de bar.
- Propinas.
- Gastos de carácter financiero como intereses y comisiones bancarias, distintos de los que deriven de la obtención de garantía por anticipo de fondos públicos o bien de la cuenta corriente específica del proyecto.
- Productos de consumo personal (afeitadoras, medicamentos, golosinas, cigarros, entre otros.).
- Entradas para eventos ajenos a los objetivos del proyecto (otros eventos, cines, entre otros.).
- Seguros personales distintos de seguro de asistencia en viajes.
- Seguro de bienes muebles e inmuebles.
- Primas o cuotas por pólizas de seguro, distintas de las que deriven de la garantía por anticipo de fondos públicos.
- Visas, pasaportes o cualquier documento de uso personal.
- Deudas, dividendos, recuperaciones de capital y adquisición de bienes inmuebles.
- Compra de acciones, derechos de sociedades, bonos y otros valores mobiliarios.

No se podrán incluir en un proyecto actividades o gastos que impliquen una disminución de los costos directos de los productos involucrados o que generen algún mecanismo de reducción o mantenimiento de los precios de dichos productos.

* En caso que el proyecto contemple material promocional, éste deberá contar con aprobación expresa de **PROCHILE** antes de su distribución y/o utilización.



SECCIÓN 2: BASES ADMINISTRATIVAS

1. POSTULACIÓN

1.1. LUGAR Y FECHA

La recepción de las postulaciones se realizará mediante la modalidad de **ventanilla abierta**. En consecuencia, se podrán presentar proyectos desde la fecha de la publicación del aviso -en un periódico de circulación nacional y en el sitio web www.prochile.cl, sobre la apertura de esta ventanilla y hasta el día de cierre de la misma.

Los proyectos podrán ser postulados por los siguientes medios:

a. Postulación en formato papel:

Los proyectos deberán ser presentados en la oficina de partes de **PROCHILE**, ubicada en Bombero Salas 1345, Santiago, o en sus Direcciones Regionales, bajo el rótulo "**PROYECTO DE MARCAS SECTORIALES**".

El postulante deberá presentar el proyecto y los demás antecedentes de postulación debidamente firmados por el representante legal del postulante, en dos (2) ejemplares impresos y un CD o DVD con el respaldo digital de toda la información.

En caso de existir diferencias de cualquier tipo entre los archivos electrónicos y el papel, prevalecerá la versión papel.

b. Sistema de postulación online de proyectos:

En caso que se encuentre disponible el sistema de postulación online, los proyectos deberán postular a través del sitio web de **PROCHILE** www.prochile.cl.

1.2. CONSULTAS Y RESPUESTAS

Las consultas y respuestas con respecto a las bases, se harán a través del sitio web de **PROCHILE** www.prochile.cl.

1.3. DUPLICIDAD

Los proyectos de marcas sectoriales no deben presentar duplicidades con otras iniciativas similares financiadas, ya sea, por **PROCHILE** u otros fondos públicos y, por esto, como parte del proceso de evaluación, se realizará un análisis de duplicidad.

Este análisis se realizará en una primera instancia y con carácter previo a la adjudicación de los proyectos, sin perjuicio de la facultad de **PROCHILE** para poner fin a un proyecto que resulte adjudicado o, que ya se encuentre en proceso de ejecución, si la duplicidad es detectada con posterioridad a este análisis. En caso de determinarse la existencia de duplicidad con otras iniciativas similares financiadas, ya sea, por **PROCHILE** u otros fondos públicos, el proyecto será rechazado; y, en caso que éste se encuentre en ejecución, se pondrá término al convenio por resolución fundada, notificando por carta certificada a la(s) adjudicataria(s).

PROCHILE podrá remitir resúmenes de los proyectos postulados a otras entidades que otorguen financiamiento público a iniciativas de similar naturaleza, a fin de realizar el análisis de duplicidad. Asimismo, **PROCHILE** podrá requerir a los postulantes, durante el proceso de evaluación y calificación de proyectos, las aclaraciones y antecedentes que estime necesarios para este mismo fin.

Si el proyecto presentado complementa a otro existente, tal hecho deberá explicitarse en la postulación.

1.4. ANTECEDENTES DE POSTULACIÓN

La presentación de los proyectos deberá contener lo siguiente:

- a. El proyecto.
- b. La(s) ficha(s) del (de los) postulante(s) (escaneada en caso de postulación electrónica), debidamente firmada por el o los postulantes (una por cada postulante).
- c. La ficha(s) de la(s) entidad(es) interesada(es) (escaneada en caso de postulación electrónica), si las hubiere, debidamente firmada por el o las entidades interesadas (una por cada entidad interesada).
- d. La ficha de beneficiario directo (escaneada en caso de postulación electrónica), debidamente firmada por el o los beneficiarios directos (una por cada beneficiario directo).
- e. La ficha de subcontratado (escaneada en caso de postulación electrónica), debidamente firmada por el (los) postulante(s) y el subcontratado.
- f. Fotocopia (escaneada en caso de postulación electrónica) por ambos lados del Rol Único Tributario del postulante(s).

SI EL POSTULANTE NO PRESENTA CUALQUIERA DE LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS (ANTECEDENTES DE POSTULACIÓN), SE ENTENDERÁ COMO SI LA POSTULACIÓN NO SE HUBIERE REALIZADO, QUEDANDO - EN CONSECUENCIA - EL POSTULANTE FUERA DEL PROCESO.

2. PROCESO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE PROYECTOS

Los proyectos debidamente presentados serán sometidos a un proceso de evaluación por **PROCHILE**.



PROCHILE se reserva el derecho de exigir respecto de la(s) postulante(s), durante este proceso de evaluación, las aclaraciones y antecedentes que se estimen necesarios para una adecuada comprensión del proyecto, lo que podrá ser requerido mediante correo electrónico emitido por el Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales a la dirección señalada en la Ficha del Postulante. Las aclaraciones y antecedentes solicitados en ningún caso pueden alterar el contenido del proyecto, y deberán ser remitidos a **PROCHILE**, dentro del plazo señalado en la correspondiente solicitud, ya sea vía papel o correo electrónico.

El proceso de evaluación de los proyectos de marcas sectoriales presentados será llevado a cabo por personal idóneo determinado por **PROCHILE**, con la calificación y experiencia apropiadas, de acuerdo a una metodología que permitirá evaluar adecuadamente todos los aspectos relevantes y, al mismo tiempo, asegurar que a lo largo de todo el proceso de evaluación se otorgue un tratamiento justo y equitativo a todos los proyectos presentados.

Cada proyecto será sometido a evaluación al menos desde las siguientes perspectivas:

La de **mercado**, a cargo de las oficinas comerciales de **PROCHILE** (seleccionadas en función del mercado de ejecución y objetivo de la(s) actividad(es) del proyecto); la **territorial**, por la oficina regional; y finalmente, la **sectorial**, por el coordinador del sector a que apunte el proyecto.

Además, y como parte de este proceso, **PROCHILE** podrá solicitar asesoría a expertos y/o miembros de instituciones relacionadas con el sector del proyecto.

Durante el proceso de evaluación de los proyectos, **PROCHILE** podrá llamar a los postulantes a realizar una presentación oral de su proyecto.

El proceso de evaluación de proyectos supone un análisis individual conforme a su mérito estratégico y técnico pudiendo, en consecuencia, resultar aprobado o rechazado.

Los proyectos serán evaluados técnica y estratégicamente mediante la ponderación de los criterios definidos en el siguiente numeral: Contribución al posicionamiento del sector asociado a la imagen de Chile y resultados obtenidos por el proyecto de diseño e implementación de marca realizado, calidad técnica de la propuesta, resultados esperados del proyecto, capacidad de gestión y experiencia de la(s) postulante(s) y calidad y experiencia del equipo técnico, representatividad de los postulantes y nivel de compromiso.

2.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación y el porcentaje que se asignará a cada uno de ellos son los siguientes:

Criterio estratégico:

- **Contribución al posicionamiento del sector asociado a la imagen de Chile, y resultados obtenidos por el proyecto de Diseño e Implementación de Marca realizado, cuando corresponda (20%):** Se evaluarán positivamente aquellos proyectos que permitan posicionar al sector en el(los) mercado(s) objetivo. La campaña sectorial planteada debe ser coherente con los lineamientos y atributos definidos para la imagen país de Chile. Además para el caso de los proyectos de implementación, se considerarán los resultados obtenidos por el proyecto tanto en el diseño de su marca sectorial, como en su primera etapa de implementación realizada, en términos de posicionamiento de marca.

Criterios técnicos:

- **Calidad técnica de la propuesta (25%):** Se considerarán los siguientes aspectos:
 - Justificación del proyecto.
 - Claridad, coherencia, precisión y relevancia de los objetivos específicos, actividades y resultados.
 - Claridad y coherencia del plan de acción.
 - Consistencia de la formulación técnica y financiera.
- **Resultados esperados del proyecto (20%):** Se considerarán las perspectivas y proyecciones de resultados e impacto del proyecto presentado, especialmente en lo referente al posicionamiento de marca que se espera lograr.
- **Capacidad de Gestión y Experiencia de la(s) Postulante(s), y Calidad y experiencia del Equipo Técnico (15%):**

Se valorará la experiencia previa de las entidades postulantes del proyecto en actividades de marketing internacional (realizadas con o sin apoyo público) y la experiencia en relación a las exigencias de las actividades en que cada uno de ellos deberá participar. Se evaluará tanto la experiencia de la(s) entidad(es) postulante(s) como los antecedentes del jefe de proyecto nombrado a cargo del proyecto. Además, se considerarán los antecedentes, experiencia y trayectoria de los miembros del equipo técnico del proyecto, interno y externo (capacidades propias de las participantes del proyecto, especialistas o expertos y/o empresas), y la experiencia con relación a las exigencias de las actividades en que cada una de ellos deberá participar.
- **Representatividad de los postulantes (10%):** Se valorará que quien(es) presente(n) el proyecto tenga(n) un alto grado de representatividad y asociatividad dentro de su sector, además se considerarán en este criterio los esfuerzos en sociabilización de los avances del proyecto y su validación dentro del sector. La representatividad se medirá en función del porcentaje que las ventas (internas y externas), y/o la producción del



grupo representan sobre el total del sector, y/o el número de empresas comprometidas en el proyecto con respecto al total del sector.

- **Nivel de compromiso (10%):** Se busca cofinanciar iniciativas que sean verdaderamente importantes y útiles para el sector privado chileno y que, por lo tanto, conciten su interés y respaldo. Como indicador del nivel de interés y compromiso, se analizará el aporte al cofinanciamiento del proyecto por parte de los postulantes, medido a través del monto y la oportunidad en que éste se realizará, en cada una de las actividades, así como en el monto total del proyecto.

Se utilizarán notas de 1 a 5 para evaluar cada criterio.

Nota	Definición
5	El criterio supera lo esperado
4	El criterio cumple con lo esperado
3	El criterio cumple parcialmente con lo esperado
2	El criterio está bajo lo esperado
1	El criterio no cumple con lo esperado

El plazo máximo del período de evaluación es de hasta 3 meses contados desde la fecha de recepción del proyecto.

2.2. SELECCIÓN DE LOS PROYECTOS

Cada uno de los proyectos presentados se evaluará en su propio mérito. Terminada la evaluación del proyecto, éste será presentado a la instancia consultiva del Director General si ésta se hubiere establecido, junto con la evaluación realizada y la ponderación de cada uno de los criterios de evaluación y su puntaje.

El Director General de Relaciones Económicas Internacionales, de acuerdo a la evaluación realizada y considerando la recomendación de su instancia consultiva si ésta se hubiere establecido, dictará la correspondiente resolución por medio de la cual adjudicará, adjudicará condicionalmente o rechazará cada proyecto presentado.

El Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales de **PROCHILE** notificará a las adjudicatarias y postulantes, por carta certificada, de la situación de los proyectos evaluados; y, en el caso de las adjudicatarias, informando también el nombre del ejecutivo del proyecto designado.

El ejecutivo de un proyecto de marcas sectoriales es un funcionario de **PROCHILE** para ejercer la inspección superior y permanente en la ejecución de un proyecto de marcas sectoriales, cuyas obligaciones principales son:

- Ser el nexo entre **PROCHILE** y la adjudicataria.
- Recibir y revisar los informes de hito crítico, parciales y el informe final, entregados por la adjudicataria, debiendo formular las observaciones que estime pertinentes y recomendar su aprobación o rechazo al Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales.
- Recibir la rendición de cuentas de la adjudicataria.
- Llevar un estricto control del desarrollo del proyecto, debiendo hacer un seguimiento del cumplimiento de los objetivos y metas establecidas en él, recomendando a la adjudicataria los pasos a seguir, de manera que se cumplan las obligaciones convenidas entre **PROCHILE** y la adjudicataria.
- Realizar las gestiones necesarias para que se realicen las transferencias de fondos públicos comprometidos por **PROCHILE** y tramitar la devolución de la garantía.

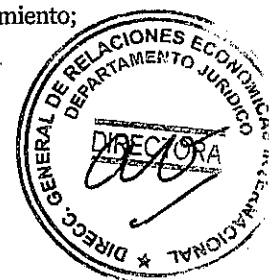
ADJUDICACIÓN CONDICIONAL DE UN PROYECTO

El proyecto adjudicado condicionalmente es aquel cuya ejecución está sujeta a que la adjudicataria incorpore en él todas las consideraciones, mejoras y modificaciones definidas por **PROCHILE**; y/o, aquel cuya ejecución queda sujeta a la existencia de fondos públicos suficientes para tal efecto.

Cuando un proyecto sea adjudicado condicionalmente en el primer caso, en la notificación hecha a la adjudicataria por carta certificada, **PROCHILE** señalará las consideraciones que éste debe incorporar al proyecto. 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, **PROCHILE** 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 **PROCHILE**, 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, **PROCHILE** dejará sin efecto a su respecto la adjudicación.

En el caso de los proyectos adjudicados bajo la condición de existencia de fondos públicos suficientes para su ejecución, el respectivo convenio podrá ser suscrito si **PROCHILE** estima procedente dicha suscripción cuando se hubieren producido situaciones tales como:

- Que se hayan liberado parte de los fondos públicos producto que la adjudicataria firme el convenio con **PROCHILE** por un monto total menor al adjudicado, manteniendo el porcentaje de cofinanciamiento;



- Que se hayan liberado los fondos públicos para la ejecución de otro proyecto de marcas sectoriales cuya adjudicataria no haya presentado los antecedentes para la suscripción del respectivo convenio dentro del plazo que se señale en la notificación por carta certificada de adjudicación;
- Que se hayan liberado los fondos públicos para la ejecución de otro proyecto de marcas sectoriales cuyo convenio no haya sido firmado dentro de plazo;
- Que se produzca el término anticipado de un convenio aprobado por resolución, liberándose los fondos comprometidos para la ejecución del proyecto asociado al mismo;
- Que se hayan eliminado actividades de un proyecto cuyo convenio haya sido aprobado por resolución, liberándose los fondos comprometidos para la ejecución de esas actividades.

PROCHILE notificará a la adjudicataria por carta certificada el cumplimiento de la condición, señalando el plazo para la suscripción del convenio. Si la adjudicataria renuncia a la ejecución del proyecto o no suscribe el convenio dentro de plazo, **PROCHILE** dejará sin efecto la adjudicación del pertinente proyecto.

Un listado de los proyectos adjudicados y rechazados será publicado y actualizado periódicamente en el sitio web de **PROCHILE**, www.prochile.cl

3. SUSCRIPCIÓN DE CONVENIO

Para la suscripción del convenio respectivo, la(las) adjudicataria(s) deberá(n) acompañar, dentro del plazo que se señale en la notificación por carta certificada de adjudicación, los documentos que se detallan a continuación. Se hace presente desde ya, que no se suscribirán convenios de parte de entidades postulantes que registren deuda fiscal morosa; cotizaciones previsionales o de seguro de cesantía impagas, de cualquier tipo; multas impagas de la Inspección del Trabajo.

3.1. ANTECEDENTES COMUNES A ACOMPAÑAR POR TODAS LAS ENTIDADES ADJUDICATARIAS

- Certificado emitido por la Tesorería General de la República escaneado, acreditando que el postulante no tiene deuda fiscal morosa. El certificado deberá tener fecha no superior a 30 días anteriores a la de su presentación.
- Declaración jurada (escaneada en caso de postulación electrónica) de fecha no superior a 30 días anteriores a la de su presentación, en que el representante legal declare que la entidad adjudicataria está al día en el pago de deudas provenientes del seguro de cesantía de sus trabajadores, o que no tiene trabajadores por los cuales tenga que pagarlas. (Ver modelo de declaración en Anexo N° 7.A)
- Declaración jurada (escaneada en caso de postulación electrónica) de fecha no superior a 30 días anteriores a la de su presentación, en que el representante legal declare que la entidad adjudicataria está al día en el pago de deudas de carácter previsional de sus trabajadores, o que no tiene trabajadores por los cuales tenga que pagarlas. (Ver modelo de declaración en Anexo N° 7.B)
- Balance y estado de resultados de último ejercicio, además de la declaración de renta correspondiente también al último ejercicio tributario. En el evento de no tener ejercicio tributario anterior, se deberá acompañar iniciación de actividades ante SII.
- Carta de compromiso de aporte, señalando monto, forma y desglose del aporte pecuniario y valorado, firmada por el representante legal (Ver Anexo N°6).
- Declaración jurada de no relación entre las postulantes, firmada por el representante legal, sólo en el caso de postulaciones asociativas (una por cada entidad postulante) (Ver Anexo N°7.C)

3.2. ANTECEDENTES ESPECIALES POR TIPO DE ENTIDAD ADJUDICATARIA

Cada Entidad adjudicataria deberá entregar la documentación que a continuación se señala, considerando, cuando correspondiere-, las disposiciones de la Ley N° 20.500 "Sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública", una vez que éstas entren en vigor.

- **ENTIDAD ADJUDICATARIA ASOCIACIÓN GREMIAL, FEDERACIÓN GREMIAL O CONFEDERACIÓN GREMIAL**
 - Fotocopia del acta constitutiva aprobatoria de los estatutos.
 - Fotocopia de la publicación en el Diario Oficial del extracto del acta de constitución de la entidad.
 - Certificado de vigencia de la Asociación Gremial y de su Directorio, otorgado por la Unidad de Asociaciones Gremiales y Martilleros del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo con una fecha no anterior a 60 días contados desde la notificación de **PROCHILE** de la decisión de adjudicación del proyecto.
 - Copia del documento en que conste la personería vigente del o los representantes legales, con facultades para suscribir el convenio respectivo y garantías respectivas.
 - Datos del representante legal que firmará el convenio (nombre completo, nacionalidad, profesión u oficio, domicilio).
 - Fotocopia por ambos lados de cédula de identidad del representante legal.
- **ENTIDAD ADJUDICATARIA CORPORACIONES O FUNDACIONES DE DERECHO PRIVADO**
 - Fotocopia del acta constitutiva aprobatoria de los estatutos
 - Fotocopia de la publicación en el Diario Oficial del extracto.
 - Certificado de vigencia con indicación del representante legal, emitido por el órgano competente.
 - Fotocopia por ambos lados de cédula de identidad del representante legal.
 - Datos del representante legal que firmará el convenio (nombre completo, nacionalidad, profesión u oficio, domicilio).



- **ENTIDAD ADJUDICATARIA EMPRESAS**

- a. Fotocopia de escritura de constitución de la empresa y de sus principales modificaciones
- b. Fotocopia de la publicación en el Diario Oficial del extracto y de sus modificaciones, si las hubiere.
- c. Inscripción de extracto en el Registro de Comercio respectivo y el certificado de vigencia de la inscripción emitido por el Conservador de Comercio correspondiente.
- d. Fotocopia del documento en que conste la personería vigente del o los representantes legales, con facultades para suscribir el convenio respectivo y garantías.
- e. Fotocopia por ambos lados de cédula de identidad del representante legal.
- f. Datos del representante legal de la sociedad que firmará el convenio (nombre completo, nacionalidad, profesión u oficio, domicilio).

- **ENTIDAD ADJUDICATARIA UNIVERSIDAD**

- a. Copia del instrumento donde se aprueben los Estatutos, o indicación de la Ley o el DFL donde consten los mismos, en el caso de Universidades Estatales.
- b. Documento que acredite que se encuentra inscrita en el registro de Universidades del Ministerio de Educación.
- c. Fotocopia del documento en que conste la personería vigente del o los representantes legales, con facultades para suscribir el convenio respectivo y garantías.

3.3. ANTECEDENTES A ACOMPAÑAR POR LAS ENTIDADES INTERESADAS

- a. Fotocopia del instrumento en que conste la personería del representante legal
- b. Certificado de vigencia de la entidad emitido por la autoridad correspondiente, con una fecha no anterior a 60 días contados desde la notificación de **PROCHILE** de la decisión de adjudicación del proyecto.
- c. Carta de compromiso de aporte, señalando monto, forma y desglose del aporte pecuniario y valorado, firmada por el representante legal (Ver Anexo N°6).

En el evento que con ocasión de contrataciones anteriores, los antecedentes legales de la adjudicataria hubiesen sido ya aprobados e ingresados en el registro institucional, **PROCHILE** podrá solicitar que se acompañe sólo la documentación necesaria para actualizar la información existente.

Si del examen de los antecedentes legales acompañados se advierte la necesidad de requerir documentación adicional, tales como escrituras modificatorias, copias de sus inscripciones y publicaciones, mandatos, entre otros, la adjudicataria deberá acompañarla dentro del plazo que **PROCHILE** le indique.

Si un proyecto es postulado por una persona jurídica distinta a una empresa, sociedad, fundación, corporación, asociación, confederación o federación gremial, se deberán acompañar los documentos homólogos a los anteriormente indicados, según su naturaleza jurídica.

Una vez recibida la totalidad de los documentos, **PROCHILE** procederá a elaborar el convenio respectivo y enviarlo a la adjudicataria para su suscripción.

El plazo que tendrá la adjudicataria para suscribir el convenio y devolverlo firmado a **PROCHILE** será el que defina la comunicación por medio de la cual se remita el mismo a la adjudicataria, ya sea de manera digital o por correo convencional. Vencido el plazo sin que la adjudicataria haya suscrito y devuelto el convenio a **PROCHILE**, ésta última dejará sin efecto la adjudicación del proyecto y liberará los fondos públicos asignados al proyecto, salvo que la adjudicataria probare que este incumplimiento se debe a fuerza mayor o caso fortuito.

4. MODALIDAD DE ENTREGA DE LOS RECURSOS PÚBLICOS

La modalidad de entrega de recursos públicos será por anticipo, la que habilita a la adjudicataria para solicitar la transferencia de los fondos públicos comprometidos, ya sea en una cuota o en parcialidades, desde que ésta ha entregado la correspondiente garantía y la resolución que aprueba el convenio está totalmente tramitada y hasta antes de la rendición de gastos.

Se establece que en el evento que los recursos sean entregados por parcialidades, las cuotas serán entregadas contra la aprobación de los informes de hito crítico y/o parciales, según lo señalado en el numeral 8 de las presentes bases administrativas, salvo la primera o única cuota que será entregada a modo de anticipo al inicio del proyecto, si así lo estableciere el convenio.

De acuerdo a lo establecido en la Ley N° 19.862, las entidades jurídicas susceptibles de recibir fondos públicos, deben estar "debidamente inscritas" y con sus datos actualizados en el registro institucional que **PROCHILE** lleva al efecto. En consecuencia sólo se dará curso a las transferencias una vez que se cumplan tales obligaciones, además de las previstas en el respectivo convenio.

5. TÉRMINO ANTICIPADO DEL CONVENIO Y SANCIONES

PROCHILE podrá poner término anticipado al convenio que se apruebe en los siguientes casos:

a. Término anticipado del proyecto por causa no imputable a la adjudicataria

Decidido por **PROCHILE** el término anticipado del Proyecto, sea a solicitud de la adjudicataria, o por su propia decisión la adjudicataria deberá restituir todo saldo no gastado del cofinanciamiento que tuviere en su poder al momento en que



el Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales le comunicare por escrito el término anticipado del proyecto, otorgándose para ello como plazo máximo de 10 (diez) días hábiles siguientes a la fecha de comunicación del término anticipado. El Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales hará efectiva la garantía por anticipo constituida que obre en su poder, si la adjudicataria no realizare la restitución.

ProChile podrá solicitar poner término anticipado al convenio:

- Por haber llegado a la convicción de que el proyecto no alcanzará los resultados esperados, no podrá ejecutarse dentro de parámetros razonables o de que la adjudicataria no podrá enterar la parte del aporte de su responsabilidad; o por no haber aprobado el Director General de la DIRECON, el paso del proyecto a la etapa de implementación, cuando correspondiere; imposibilidad de la adjudicataria para allegar los recursos comprometidos, tantos propios como de las entidades interesadas, si las hubiere; por haber incurrido la adjudicataria en insolvencia, inestabilidad económica o comercial, u otras causas no imputables a la negligencia de la adjudicataria en el desempeño de sus actividades relacionadas con el proyecto.

A su vez, la adjudicataria podrá solicitar poner término anticipado al convenio:

- Si por razones de fuerza mayor o caso fortuito no puede ejecutar el proyecto en la forma y en los plazos establecidos. La adjudicataria deberá realizar la solicitud de término anticipado por escrito y de manera fundada. En caso que PROCHILE estime que los fundamentos son plausibles, acogerá la solicitud y dictará el acto administrativo que ponga término al convenio.

En caso de producirse término anticipado del convenio, se deberá respetar el porcentaje de cofinanciamiento público privado establecido, salvo que PROCHILE, por resolución fundada, autorice que la adjudicataria no cumpla con dicha proporcionalidad.

b. Término anticipado del proyecto por hecho o acto imputable a la adjudicataria

Si el término anticipado del proyecto tuviere como causa la negligencia de la adjudicataria en el cumplimiento de las obligaciones relativas al proyecto, en particular, omisión de informar sustituciones de personal; efectuar modificaciones a las actividades del proyecto sin previa consulta al Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales, negar o dificultar labores de seguimiento; negligencia en las labores de control financiero y técnico de las actividades desarrolladas por la adjudicataria; no dar aviso al Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales, en tiempo y forma, acerca de la imposibilidad de entero de los aportes provenientes de la adjudicataria o de las entidades interesadas, si las hubiere, ésta deberá restituir la totalidad del cofinanciamiento recibido, otorgándose para ello como plazo máximo 10 días hábiles a contar de la fecha de comunicación del término anticipado. El Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales hará efectiva la garantía por anticipo constituida que obre en su poder, si la adjudicataria no realizare la restitución. Sin perjuicio de lo anterior, se exigirá el pago de las multas que se devenguen en el tiempo intermedio.

PROCHILE en cada caso dictará el acto administrativo que ponga término al convenio.

6. GARANTÍAS POR ANTICIPO

Con anterioridad a la transferencia anticipada de los recursos públicos a la adjudicataria, ésta deberá entregar garantías para caucionar la totalidad de los recursos anticipados. La garantía podrá consistir en una, o más de una, boleta bancaria, póliza de seguro de ejecución inmediata o vale vista. PROCHILE podrá aceptar garantías otorgadas por terceros, previamente autorizadas por DIRECON, para caucionar el fiel uso de los recursos públicos anticipados.

La garantía que se entregue deberá ser pagadera a la vista y tener el carácter de irrevocable, tomada a favor de la **DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES**, RUT N° 70.020.190-2. La boleta bancaria y la póliza de seguro de ejecución inmediata deberán indicar en su texto lo siguiente: **“Para garantizar el anticipo de recursos públicos entregados para la ejecución del proyecto (N°XXXX), denominado (nombre proyecto)”**.

La garantía por el primer o único desembolso deberá ser entregada por la adjudicataria al momento de suscribir el convenio. En el caso de las garantías que caucionarán las cuotas restantes, en caso de existir, éstas deberán entregarse luego de la aprobación de los respectivos informes técnicos, según lo estipulado en el convenio, con esto PROCHILE podrá proceder al pago de la cuota correspondiente.

Las garantías deberán tener una vigencia superior en a lo menos 90 días corridos a la fecha de presentación de la rendición de gasto asociada al desembolso garantizado. Tratándose del único o último desembolso la garantía deberá tener una vigencia de 120 días corridos superior a la fecha de entrega del informe final.

La entrega de las garantías será responsabilidad de la adjudicataria.

PROCHILE podrá hacer efectiva la garantía si:

- La adjudicataria da un mal uso a los recursos anticipados para ejecutar las actividades establecidas en el proyecto respectivo, o se terminare anticipadamente el proyecto, de acuerdo a lo señalado en el numeral 5 de las presentes Bases Administrativas.



- La adjudicataria no renovare dentro de plazo la garantía de anticipo, si así correspondiere.

La adjudicataria podrá solicitar la devolución de la garantía una vez que PROCHILE apruebe la rendición de cuenta de gastos respectiva, y se acredite el cumplimiento de todas las obligaciones. La garantía será restituida dentro del plazo de 10 días hábiles siguientes.

7. MODIFICACIONES A LOS PROYECTOS

Los proyectos adjudicados podrán ser modificados en aspectos no sustanciales, entendiéndose por tales:

- a. Aquellos que no signifiquen un **incremento del aporte público** al proyecto aprobado;
- b. Aquellos que no alteren la esencia y objetivos del proyecto.

Toda modificación deberá ser solicitada por escrito a PROCHILE para su evaluación y posterior aprobación o rechazo.

En cuanto al Equipo de Trabajo, la adjudicataria, deberá dedicar efectivamente a la ejecución del proyecto los profesionales comprometidos. Podrá cambiar al Jefe del Proyecto, a su Subrogante y a los profesionales principales señalados en el proyecto miembros del equipo técnico, y a las empresas subcontratadas, siempre que quienes los reemplacen tengan la calidad apropiada para realizar tales funciones, pudiendo PROCHILE formular observaciones a los reemplazantes si, a su juicio, no son idóneos.

8. INFORMES TÉCNICOS Y RENDICIÓN DE GASTOS

8.1. INFORMES TÉCNICOS

La adjudicataria deberá dar estricto cumplimiento a la entrega de informes, los cuales deberán ajustarse a los formatos definidos por PROCHILE, que encontrarán disponibles en el sitio web www.prochile.cl para tal efecto. El convenio deberá contemplar la entrega de informes de hito crítico, informes técnicos parciales y la entrega de un informe técnico final.

Tanto los informes de hito crítico, técnicos parciales como el informe técnico final deberán ser presentados dentro del plazo que fijará el convenio, dando cuenta de toda la labor realizada, experiencia, conocimientos y resultados obtenidos.

La presentación, aprobación o rechazo, subsanaciones y demás situaciones referentes a los informes de hito crítico, técnicos parciales y final que deba presentar la adjudicataria serán regulados en el respectivo convenio.

En el caso del informe final, adicionalmente PROCHILE podrá solicitar una presentación oral de los resultados obtenidos durante el desarrollo del proyecto.

8.2. RENDICIONES DE GASTOS

Los gastos deberán rendirse sobre la base de costos totales, reales y con respaldos originales.

Si los costos reales asociados a la ejecución del proyecto son mayores que los presupuestados, será de cargo de la adjudicataria la diferencia que se produzca, asumiendo ésta el mayor costo que pudiere tener la ejecución del mismo.

Si los costos reales asociados a la ejecución del proyecto son menores de lo previsto, PROCHILE financiará dichos costos sólo en el porcentaje comprometido en el proyecto, debiendo la adjudicataria reintegrar la diferencia que se produzca cuando la entrega de recursos públicos sea bajo la modalidad anticipo.

La adjudicataria deberá rendir cuenta conforme lo establezca el convenio suscrito con PROCHILE. La rendición de gastos respectiva deberá sujetarse al procedimiento establecido por PROCHILE. Lo anterior, sin perjuicio de lo establecido en la Resolución N° 759, de 2003, de la Contraloría General de la República, que Fija Normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas, o de las resoluciones que la modifiquen o reemplacen.

9. PROPIEDAD, DIFUSIÓN, TRANSFERENCIA Y UTILIZACIÓN DE RESULTADOS.

Los resultados derivados de la ejecución del proyecto, así como toda la información relativa a los estudios y campañas publicitarias, como también los productos desarrollados en el marco de éstas (piezas gráficas y audiovisuales, elementos de marketing y publicidad, entre otros), pertenecerán a la adjudicataria, y a las entidades interesadas si así lo hubiere convenido con la adjudicataria, y a PROCHILE, quienes podrán hacer uso de los mismos.

Sin perjuicio de lo anterior, la propiedad intelectual de la información generada por el proyecto deberá ser cautelada exclusivamente por la adjudicataria.

En el caso de la marca sectorial, si corresponde, ésta deberá ser registrada tanto a nombre de la(s) adjudicataria(s) como de PROCHILE, quedando en poder de PROCHILE a lo menos un 50% de la propiedad de la marca. No obstante lo anterior, PROCHILE podrá decidir que la marca sectorial sea registrada exclusivamente a nombre de la(s) adjudicataria(s) o de PROCHILE.



Las partes entienden que atendida la naturaleza de las presentes bases y finalidad del cofinanciamiento, esto es el diseño y posicionamiento de una marca sectorial, todas las marcas y distintivos de carácter sectorial deberán ser puestos a disposición del sector de acuerdo a la forma establecida de común acuerdo entre la adjudicataria y **PROCHILE** durante la ejecución del proyecto. En el Informe Final del proyecto deberá incluirse un apartado en donde se haga referencia a los procedimientos para dar continuidad y transferibilidad de la marca sectorial al sector, una vez concluida la implementación del proyecto.

La adjudicataria estará obligada a comunicar a **PROCHILE** el logro de resultados a través de los informes de hito crítico, informes técnicos parciales, o el informe final. **PROCHILE** podrá hacer difusión de los resultados cuando lo estimare conveniente.

Se hace presente, que respecto del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del proyecto, la adjudicataria será responsable por cautelar que los derechos de propiedad intelectual e industrial asociados que se deriven de la ejecución del proyecto se constituyan a nombre suyo y de **PROCHILE**, teniendo la adjudicataria la obligación de realizar los trámites pertinentes, a fin de que legalmente se puede hacer uso, goce y se disponga de toda información, y elementos publicitarios, entre otros.

La adjudicataria y **PROCHILE**, mediante la firma del convenio, contraerán el compromiso de adoptar las medidas necesarias para que el personal que participe en el proyecto no comunique o transfiera a terceros ajenos a éste, toda la información relativa al proyecto. Dicho compromiso no se entenderá respecto de **PROCHILE** en cuanto a la facultad que éste tiene de publicar información genérica sobre temas relacionados con el proyecto que puedan derivarse de los informes que reciba, siempre y cuando, tal publicación no afecte los propósitos establecidos en esta cláusula, ni respecto de las obligaciones y procedimientos que establece la Ley N° 20.285 sobre acceso a información pública.

La difusión y transferencia de resultados se realizará de acuerdo a lo establecido en los planes de trabajo de los proyectos y en el convenio que celebre **PROCHILE** con la adjudicataria para la ejecución del proyecto.

Durante la ejecución del proyecto la adjudicataria se obliga a lo siguiente:

- a. Proporcionar información acerca de las actividades que contempla el proyecto, tanto de las realizadas por ésta como por las entidades interesadas si las hubiere, tanto a **PROCHILE** como a otros equipos de trabajo conformados por **PROCHILE** y otorgar las facilidades necesarias para dicho objeto.
- b. Apoyar y participar activamente en los eventos que realice **PROCHILE** para promocionar los resultados parciales y finales del proyecto, comprometiéndose, además, a gestionar igual participación por parte de las de las entidades interesadas, si las hubiere.
- c. Difundir y efectuar actividades de promoción del proyecto durante su ejecución y al momento de la obtención de sus resultados.
- d. Transferir los resultados del proyecto en la forma prevista en el mismo.
- e. Rotular los documentos oficiales, y el material entre otros que se establezcan en este proyecto, a fin de que se haga notoria la contribución de **PROCHILE** a su ejecución. Asimismo, en toda actividad pública que se efectúe para difundir el proyecto, ya sea, a su término o durante su ejecución, así como también en medios escritos o audiovisuales, deberá señalarse expresamente y en forma destacada que el proyecto es financiado por **PROCHILE**. Se deberá insertar el logo de **PROCHILE** con importancia similar al de la adjudicataria (ubicación y tamaño dentro del material), a menos que **PROCHILE** autorice lo contrario.

PROCHILE sancionará con multa de 5 U.F. (cinco Unidades de Fomento) el incumplimiento de cualquiera de estas obligaciones.

Adicionalmente, **PROCHILE** podrá entregar lineamientos comunicacionales a considerar en las actividades promocionales del proyecto.

Todo material promocional producido por el proyecto deberá contar con aprobación expresa de **PROCHILE** antes de su distribución y/o utilización.

PROCHILE podrá difundir - con irrestricto apego a la normativa legal vigente - toda aquella información acerca del proyecto que reciba a partir de los informes evacuados por las adjudicatarias, así como cualquier dato relacionado con el mismo. Podrá también publicar información estadística relacionada con la ventanilla abierta en general y los proyectos en particular.

Para efectos de lo antes señalado, y conforme lo preceptuado por el artículo 4 de la Ley 19.628, de 1999, sobre protección de la vida privada, se solicitará autorización escrita para que **PROCHILE** pueda incorporar en sus bases de datos información de la adjudicataria(s) del proyecto.

Por su parte, **PROCHILE** podrá publicar información genérica sobre temas relacionados con el proyecto que puedan derivarse de los informes que reciba, ya sea, como formas de promoción o difusión de los temas relacionados a marcas sectoriales o a solicitud de información acerca de un proyecto conforme lo establece la Ley 20.285, sobre acceso a la información pública, ésta deberá aplicar el procedimiento dispuesto en el artículo 20 de dicha norma.



FICHA DE POSTULANTE

1. Datos del Proyecto

Título	
Sector Representativo	

2. Datos del Postulante

Razón Social o Nombre del Postulante	
Rut del Postulante	
Tipo de Persona Jurídica	
N° de Socios	
Año de Constitución Legal	
Giro	
Dirección Comercial	
Ciudad	
Región	
Teléfono	
Correo Electrónico	
Fax	

3. Datos del Contacto

Nombre del Contacto	
Rut del Contacto	
Cargo del Contacto	
Teléfono de Contacto	
Correo Electrónico	
Fax	

4. Datos del Representante Legal

Nombre del Representante Legal	
Rut del Representante Legal	
Nacionalidad	
Cargo en la institución	
Profesión u Oficio	
Teléfono de Contacto	
Correo Electrónico	
Fax	

5. Descripción de la Entidad Postulante

--



FICHA DE ENTIDAD INTERESADA

1. Datos del Proyecto

Título	
--------	--

2. Datos de la Entidad Interesada

Razón Social o Nombre del Postulante	
Rut del Postulante	
Tipo de Persona Jurídica	
Dirección Comercial	
Ciudad	
Región	
País	
Teléfono	
Correo Electrónico	
Fax	

3. Datos del Representante Legal

Nombre del Representante Legal	
Rut del Representante Legal	
Nacionalidad	
Cargo en la institución	
Profesión u Oficio	
Teléfono de Contacto	
Correo Electrónico	
Fax	

FIRMA
REPRESENTANTE LEGAL
ENTIDAD INTERESADA



FICHA DE BENEFICIARIO DIRECTO

1. Datos del Proyecto

Título	
--------	--

2. Datos Generales del Beneficiario

Razón Social o Nombre del Beneficiario Directo	
Rut del Beneficiario Directo	
Región Representativa	

3. Datos Comerciales

Tipo de Empresa o Sociedad	
Venta Nacional Promedio Anual (\$)	
Exportación Promedio Anual (US\$)	
¿Ha exportado en los últimos 3 años? (SI/NO)	
RUT a través del cual exporta	

4. Otros Instrumentos del Estado que utiliza

--

5. Antecedentes de Género

N° de Trabajadores				N° de Trabajadores por Género			
Permanentes		Temporales		Mujeres		Hombres	
N° de Directivos				N° de Ejecutivos			
Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres	

6. Descripción del Beneficiario Directo

[Desc. Beneficiario]



ANEXO N° 4

INDICADORES

Al menos los siguientes indicadores deberán ser asociados a los objetivos del proyecto:

De resultado

- Tasa de incremento en el reconocimiento de la marca sectorial como un producto o servicio de Chile (%).
- Tasa de incremento en la asociación de la marca sectorial con los atributos comunicados por la campaña en el mercado objetivo (%). (Se calcula promediando el incremento en cada uno de los atributos monitoreados).
- Tasa de incremento en la intención de compra del producto o servicio promocionado por la campaña (%) (Se calcula con el aumento en el porcentaje de personas que comprarían el producto o servicio).
- % de recordación de actividades, ferias o eventos relacionadas con la marca sectorial (impacto comunicacional) (%).
- % de impacto de la campaña sobre la imagen de la marca sectorial en ese mercado objetivo (%) (Se considera el porcentaje de personas que mejoran su imagen de la marca sectorial después de la campaña).

De procesos

- número y valoración de publicaciones en diversos medios
- número de contactos generados a partir de la campaña (por acción o por tipo de medio)
- número de acciones de promoción (seminarios, ferias, eventos)
- % cumplimiento del plan de acción

De impacto (si bien este indicador es medible a largo plazo, es importante que se mida al término del proyecto para contar con información de referencia)

- tasa de incremento de las exportaciones de productos/servicios.



**MARCO DE REFERENCIA PARA COMUNICACIONES
CHILE**

ATRIBUTOS GENERALES

SU GENTE

- Emprendedora, enfrenta desafíos con entusiasmo.
- Esforzados y resilientes.
- Cordiales y hospitalarios.
- Serios y responsables.
- Excelencia profesional y técnica que los hace confiables.
- Capacidad y espíritu emprendedor.
- Aplicación de las mejores prácticas.
- Culturalmente activa: País de poetas.
- Riqueza y diversidad étnica y pueblos originarios que aportan diversidad y riqueza a manifestaciones culturales y artísticas.
- Gente con visión de futuro que no teme enfrentar la globalización y competir en el ámbito mundial.

SUS INSTITUCIONES

- Estabilidad política y económica.
- Instituciones sólidas ajustadas al estado de derecho.
- Mercados financieros desarrollados, moderna infraestructura, recursos tecnológicos, alto nivel de conectividad y comunicaciones.
- Creciente preocupación ambiental.
- Inserción internacional con múltiples acuerdos de libre comercio; economía abierta y competitiva. Plataforma de negocios hacia América del Sur, la Cuenca del Pacífico y el resto del mundo.
- Su carácter de precursor en la liberalización y desarrollo del sector servicios han convertido a Chile en un líder regional en los ámbitos de las telecomunicaciones, servicios financieros, salud, educación, tecnología de la información e industria editorial. Floreciente industria cinematográfica y dinámica escena cultural y creativa.
- Diálogo social como método para resolver los principales desafíos que enfrenta el país (reforma previsional y educativa, superación de la pobreza, competitividad, entre otros.)

SU GEOGRAFÍA

- El país más austral del mundo, el más largo, y con más de 5.000 km. de costas marítimas sobre el Pacífico, se extiende entre mar y cordillera.
- Diversidad climática.
- Una naturaleza virgen, desde cordilleras nevadas hasta el desierto más árido del mundo, selva fría, ventisqueros, fiordos y glaciares. Varias zonas declaradas Reservas de la Biósfera por organismos internacionales.
- Valle Central con clima mediterráneo, y excepcionales condiciones fitosanitarias que garantiza la pureza y calidad de sus productos.
- Con una amplia variedad de recursos, ofrece minerales, silvicultura, productos del mar, frutas, vinos y alimentos procesados, aumentando la participación del país en el mercado mundial y elevándolo a la calidad de potencia alimentaria y un importante productor de vinos.
- Cielos con condiciones diáfanas excepcionales para la observación del universo.
- Mares transformados por ley en Santuario de ballenas y otros cetáceos.



MODELO DE CARTA DE COMPROMISO DE APORTES

Fecha

SRES. DEPARTAMENTO SUBDIRECCIÓN MARCAS SECTORIALES DE PROCHILE:

PRIMERO:

En mi calidad de representante de (empresa, asociación gremial, universidad) RUT: (RUT de la entidad), vengo en hacer presente el interés de mi representada para participar, en calidad de **postulante/entidad interesada**, en el proyecto denominado "Nombre del proyecto", presentado por la entidad a la ventanilla abierta "**MARCAS SECTORIALES**".

Asimismo, a través de la presente, vengo en manifestar el compromiso de la entidad a la cual represento, para realizar el aporte que a continuación se detalla:

a) Aportes pecuniarios (en dinero). (Consigne el total de los aportes en dinero, detallando los principales ítems de gasto donde van destinados tales aportes)

<p>Monto total aporte pecuniario: \$</p> <p>Descripción de los principales ítems de gasto:</p>
--

b) Aportes Valorados (valorización de activos, uso de bienes, HH aportadas y similares). (Consigne la valorización estimada de los aportes, detallando los principales ítems de gasto donde van destinados tales aportes.)

<p>Monto total aporte valorado: \$</p> <p>Descripción de los principales ítems de gasto:</p>
--

Los aportes comprometidos se harán efectivos en conformidad a lo anterior, lo que será consignado en el proyecto.

SEGUNDO:

Los aportes comprometidos en la cláusula anterior, serán entregados en los siguientes períodos:

--

TERCERO:

Las partes acuerdan que el grado de participación de la(s) entidad(es) interesada(s) en los resultados del proyecto será el siguiente:

--

Representante Legal entidad aportante
RUT Representante Legal
Cargo
Entidad aportante
Dirección, Ciudad



ANEXO N° 7

MODELOS DE DECLARACIONES JURADAS (3).

ANEXO N° 7.A DECLARACIÓN JURADA SEGURO DE CESANTÍA

ANEXO N° 7.B DECLARACIÓN JURADA PAGO DEUDAS DE CARÁCTER PREVISIONAL

ANEXO N° 7.C DECLARACIÓN JURADA - de no relación entre las postulantes (postulaciones asociativas)



ANEXO N° 7.A

DECLARACIÓN JURADA SEGURO DE CESANTÍA

DECLARACIÓN JURADA ADJUDICATARIA

(Nombre adjudicataria), Rol Único Tributario N° _____, representada por (nombre representante legal), (nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N° _____, ambos domiciliados en _____, comuna _____, Región _____, declara:

	SI	NO
Estar al día en el pago del seguro de cesantía de mis trabajadores		
No tener trabajadores por los cuales deba pagar seguro de cesantía		

Fecha: ___ / ___ / ____

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL



ANEXO N° 7.B

DECLARACIÓN JURADA PAGO DEUDAS DE CARÁCTER PREVISIONAL

DECLARACIÓN JURADA ADJUDICATARIO PERSONA JURÍDICA

(Nombre adjudicataria), Rol Único Tributario N° _____, representada por (nombre representante legal), (nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N° _____, ambos domiciliados en _____, comuna _____, Región _____, declara:

	SI	NO
Estar al día en el pago de deudas de carácter previsional de sus trabajadores		
No tener trabajadores por los cuales deba pagar deudas de carácter previsional		

Fecha: __/__/____

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL



ANEXO N° 7.C

**DECLARACIÓN JURADA DE NO RELACIÓN ENTRE LAS POSTULANTES
(POSTULACIONES ASOCIATIVAS)**

..... Rut....., en su calidad de representante legal de.....,
Rut....., ambos domiciliados para estos efectos en....., calle N°....., viene a
declarar bajo juramento lo siguiente:

El suscrito, en la representación aludida, declara bajo juramento que:

1° Conoce el contenido del punto 3.4 de las bases técnicas sobre "NORMAS DE RELACIÓN E INCOMPATIBILIDADES".

ELEGIR ENTRE:

2° La entidad solicitante.....**no** se encuentra relacionada en los términos previstos en el numeral anterior **con ninguna** de las otras entidades postulantes.

O (si está relacionada con alguna de las postulantes la declaración debe referirse a aquellas con las que no se encuentra relacionada)

2° La entidad solicitante.....**no** se encuentra relacionada en los términos previstos en el numeral anterior **con las siguientes** entidades postulantes: ,

Fecha: __/__/____

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL



ANEXO N° 8

FICHA DE SUBCONTRATADO

1. Datos del Proyecto

Título	
--------	--

2. Datos del Subcontratado

Razón Social o Nombre del Subcontratado	
Rut / Cédula de identidad del Subcontratado / ID	
Giro	
Domicilio	
Región	
Comuna	
Ciudad	
Teléfono	
Correo Electrónico	
Fax	

3. Actividades y/o tareas específicas a realizar (hacer referencia al nombre y número de la actividad del proyecto en que se incluye la subcontratación)

--

Tanto subcontratado como postulante declaramos que no existe relación alguna que nos vincule como socios o implique algún tipo de autocontratación.

FIRMA SUBCONTRATADO

FIRMA POSTULANTE



- II. **PUBLÍQUESE** el aviso correspondiente en un diario de circulación nacional y pónganse las Bases y sus Anexos aprobados, a disposición de los interesados en la página Web de **PROCHILE** www.prochile.cl, una vez que la presente Resolución se encuentre totalmente tramitada.
- III. **PUBLÍQUESE** esta Resolución en la sección de Gobierno Transparente del sitio web del Servicio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7º de la Ley N° 20.285.
- IV. **DÉJESE** sin efecto la Resolución Afecta sin tramitar N° 47, de 22 de marzo de 2011 del Ministerio de Relaciones Exteriores.

ANOTESE, PUBLÍQUESE, TOMESE RAZON, NOTIFÍQUESE Y ARCHIVESE



RODRIGO CONTRERAS ÁLVAREZ
Director General (s)
Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

CLG/AN
DISTRIBUCIÓN

1. Departamento Subdirección de Marcas Sectoriales.
2. Departamento Jurídico.
3. Subdepartamento Recursos Humanos.
4. Archivo.

