



REPUBLICA DE CHILE
I. MUNICIPALIDAD DE ARICA
ALCALDIA

EXE
FE
RI
E

DECRETO N° **432** /2014.
ARICA, 13 DE ENERO DEL 2014.

VISTOS:

- a) **Ordinario N°28**, de fecha 10 de Enero del 2014, de Administración Municipal.
- b) **Memorándum N°60**, de fecha 13 de Enero del 2014, de la Secretario Comunal de Planificación.
- c) **D (H) N°1790**, de fecha 19 de Diciembre del 2013, que autoriza fondos globales en efectivo para operaciones menores y viáticos del ejercicio 2014.
- d) Las facultades que me confieren la Ley N° 18.695 "Orgánica Constitucional de Municipalidades", y sus modificaciones.

DECRETO:

APRUEBASE el programa denominado "**MARCA DE PREVENCIÓN: UN CONCEPTO POSITIVO SOBRE EL NO CONSUMO DE ALCOHOL Y DROGAS**", el que a continuación se detalla:

I.- ANTECEDENTES GENERALES	
1.1.-NOMBRE	: MARCA DE PREVENCIÓN: Un concepto positivo sobre el no consumo de alcohol y drogas.
1.2.-EJECUTA	: Municipalidad de Arica, a través de la Oficina Comunal de Seguridad Pública
1.3.-LUGAR	: Chépicas # 2255
1.4.-FECHA	: <i>ENERO A MARZO DE 2014.</i>
1.5.-CLAUSULA C/V	: <i>NO APLICA</i>
1.6.-COBERTURA	: Comuna de Arica
1.7.-PROGRAMA	: <p>LA MARCA DE PREVENCIÓN, se denomina a un concepto que apunta a colocar a nuestro grupo objetivo con una ventaja exponencial frente a la vida, y con ello, en sus actividades diarias y la de su entorno y familias, además, que está acompañada de los beneficios de no encontrarse con consumos de sustancias ilícitas y el alcohol.</p> <p>Se generara una campaña publicitaria sobre MARCA, que apunte a incidir en nuestro grupo objetivo y que de alguna manera sea o se convierta en los lineamientos que me gustaría seguir para poder avanzar y contribuir en esta sociedad.</p> <p>Importante es ver como MARCA incide en sus decisiones pero además como en conjuntos con el proyecto inciden en la sociedad, esto permitirá darle un valor emocional importante a las actividades a realizar y de esta manera poder adentrar o trabajar sobre el liderazgo emocional.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <p>1.- Reunión con equipo de trabajo para ver las incidencias temáticas y específicas de MARCA (Rango Etario, Lugares territoriales, etc).</p>

	<p>2.- Reunión de coordinación para la conformación de mesa municipal de MARCA.</p> <p>3.- Reunión de coordinación para la conformación de la mesa intersectorial de MARCA.</p> <p>4.- Reuniones de Presentación de MARCA a la comunidad y como ser parte de ella.</p> <p>5.- Acompañamiento a nuestro grupo objetivo en sus actividades y en la participación de sus dinámicas.</p> <p>6.- Creación de células de trabajo o grupos funcionales de trabajo y su acompañamiento, esto nos permitirá abarcar más territorio y maximizar al máximo los recursos municipales.</p> <p>7.- Visita a organizaciones con tema de voluntariado y en el marco del concepto de MARCA.</p> <p>8.- Realizar actividades de voluntariado en la comunidad.</p> <p>9.- Generar o crear mesas MARCA por conceptos temáticos, actividades y propuestas.</p> <p>10.- Reunión de retro alimentación y de restructuración de MARCA</p> <p>METAS</p> <p>1.- Crear la Mesa Municipal de Marca.</p> <p>2.- Crear la Mesa Inter sectorial de MARCA en la comuna.</p> <p>3.- Crear 10 equipos funcionales o células en los sectores de la ciudad.</p> <p>4.- Participar en a lo menos 25 actividades propuestas como MARCA.</p> <p>5.- Generar 1 actividad masiva en la comuna en donde se potencie la MARCA.</p> <p>6.- Incluir a MARCA en todas las actividades municipales que en una primera etapa sean del segmento a trabajar y paulatinamente incluirlas en todas convirtiéndose en un valor agregado de la municipalidad.</p>
<p>II.- FUNDAMENTOS</p>	<p>: La Oficina Comunal de Seguridad Pública de la Municipalidad de Arica desarrolla un nuevo modelo de prevención basado en la participación ciudadana. Esta iniciativa ha dado muy buenos resultados como programa innovador en la Ciudad de Nueva York en Estados Unidos, donde el cliente principal son jóvenes, adolescentes, niños y niñas, en donde participan en innumerables acciones para hacer de la prevención una Marca.</p> <p>Existen ciertas marcas que verdaderamente hacen la diferencia a la hora de que un consumidor toma una elección de compra. A veces la diferencia es tan significativa que permite licenciarlas a terceros y que nos paguen por su uso. Uno de los principales factores que influyen para que una marca sea valiosa, relevante, refleje los "atributos" de un producto (o servicio) y se diferencie de su competencia, es el posicionamiento de la misma en la mente de los consumidores.</p> <p>Posicionar es diferenciar la marca en la mente del consumidor y se construye a base de percepción. Comprende la acción de diseñar un lugar diferenciado para la oferta e imagen de una compañía (y sus productos o servicios) en las mentes de sus clientes, proyectando lo que quiere lograr y lo que quiere significar para ellos, modelando así sus puntos de vista y opiniones.</p> <p>Dado que hablar de posicionamiento es hablar de percepción, el tema da para mucho. Sin embargo, consideramos que hay 7 puntos básicos para cimentar un buen posicionamiento de marca:</p> <p>1) Define tu categoría: Se debe comenzar con determinar la categoría a la que se quiere pertenecer. Es decir, los productos contra los que la marca compete directamente o los sustitutos cercanos. Para definir y transmitir la pertenencia de una marca a una categoría específica se puede: a) Anunciar ciertos beneficios de la categoría. b) Comparar con los líderes establecidos c) Basarse en la descripción del producto como nueva categoría (cuando la ocasión lo permite).</p>

	<p>2) Determina tus diferenciadores: Todo buen posicionamiento debe entender y fusionarse con los atributos que los consumidores asocian intrínsecamente con la marca, evalúan positivamente y piensan que no pueden encontrarlos en la misma medida con otra marca competidora. Para que un atributo de una marca pueda funcionar como un “diferenciador” hay que determinar: a) Que sea deseable por el consumidor b) Sea entregable por la compañía c) Se diferencie notablemente de la competencia.</p> <p>3) Conoce tus concurrencias: Llamemos así a los atributos que no son necesariamente únicos para la marca, que son valorados y que se pueden compartir con la competencia en cierta forma. A pesar de que no son “ventajas competitivas” o atributos únicos, es importante tener muy claras las concurrencias para no dejar a la deriva las áreas en las que la marca está en una posible “desventaja”.</p> <p>4) Genera una promesa: Implica definir como se quiere que los consumidores perciban a la marca y la categoría de negocio en la que se quiere estar. Debe también incluir clara y concisamente la esencia de la marca, de manera memorable, corta y nítida.</p> <p>5) Proyecta el Potencial: Un buen posicionamiento debe tener un pie en el presente y uno en el futuro. Debe ser aspiracional y permitir que la marca tenga espacio para evolucionar y crecer.</p> <p>6) Mantén el equilibrio: Un buen posicionamiento debe trabajar diferenciadores y concurrencias que atraigan tanto al corazón como a la cabeza, es decir despertando emociones que generen identidad y proporcionando información que genere confianza.</p> <p>7) Trabaja la marca: Es muy importante recalcar que el posicionamiento se debe trabajar en la marca, no en el producto, ya que es un asunto meramente de percepción y el resultado final se logrará en la mente del consumidor.</p>
III.-OBJETIVO GENERAL	: Promover la participación ciudadana mediante un modelo conceptual de la Marca de Prevención, generando acciones positivas como concepto de vida sobre las adicciones.
IV.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	: <ol style="list-style-type: none"> 1) Desarrollar acciones que contribuyan a mejorar las condiciones de calidad de vida de la Comunidad ariqueña, en todos sus segmentos y rangos etarios, especialmente en sectores de vulnerabilidad social o con problemas de delincuencia o violencia social. 2) Generar dependencia desde nuestro grupo objetivo sobre la MARCA. 3) Ser influencia positiva de Marca desde una visión conceptual. 4) Agregar un valor positivo a las diferentes actividades municipales desde el posicionamiento de la Marca de Prevención. 5) Incorporar un valor agregado a las diferentes actividades que las organizaciones de la sociedad civil realizan desde el posicionamiento de MARCA.
V.- RECURSOS INVOLUCRADOS	<ul style="list-style-type: none"> o Humanos <u>Internos</u> - Contratación de las siguientes personas:

Nombre	Funciones	Remuneración	Jornada
Ricardo Segovia Yampo	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración a la planificación de actividades en incentivar el modelo de prevención como la Marca de Calidad en la Gestión Municipal • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención. • Charlas, Talleres, ferias informativas para promover instancias de participación ciudadana enfocados en prevención social del delito y el abuso de las adicciones. 	\$ 666.666 bruto	<p>Lunes a Jueves: 8.30 a 17.30 horas</p> <p>Viernes: 8.30 a 16.30 horas</p> <p>44 horas semanales</p>
Ángelo Carbone Manríquez	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración en diseñar estrategias de intervención para difundir, promover y promocionar la Marca de Prevención. • Apoyo al análisis emocional y conductual de los efectos que provoca la marca en acciones positivas como concepto de vida sobre las adicciones. • Charlas, Talleres lúdicos y ferias informativas incorporando conceptos claves de autocuidado en personas y equipos de trabajo. 	\$ 666.666 bruto	<p>Lunes a Jueves: 8.30 a 17.30 horas</p> <p>Viernes: 8.30 a 16.30 horas</p> <p>44 horas semanales</p>
Oscar Guajardo Flores	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención. • Colaboración en investigación de medios sociales para el desarrollo del concepto de Marca de Prevención. • Apoyo al diseño de Márquetin Social y estructura comunitaria para instaurar la Marca de Prevención. 	\$ 500.000 bruto	<p>Lunes a Viernes: 14.00 a 18.00 horas</p> <p>20 horas semanales</p>

	<p>Daslaf Christopher Torres Artiaga</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención. • Apoyo al diseño de bases de datos en lenguaje de programación para el desarrollo publicitario de la Marca de Prevención. 	<p>\$ 450.000 bruto</p>	<p>Lunes a Viernes: 08.30 a 13.00 horas</p> <p>Viernes: 08.30 a 12.30 horas</p> <p>22 horas semanales</p>
	<p>Cristian Fernando Campbell Polanco</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración en manejos de programas de diseño que permitan elaborar el logo de la Marca de Prevención, mediante la participación ciudadana. • Charlas, Talleres, ferias informativas para promover instancias de participación ciudadana enfocados en prevención social del delito y el abuso de las adicciones. 	<p>\$ 555.555 bruto</p>	<p>Lunes a Jueves: 8.30 a 17.30 horas</p> <p>Viernes: 8.30 a 16.30 horas</p> <p>44 horas semanales</p>
	<p>Felipe Fuentes Cipitria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la generación y aplicación de instructivos metodológicos, en estudios de encuestas sobre la marca de Prevención en acciones positivas como concepto de vida sobre las adicciones. • Colaboración en las evaluaciones de las intervenciones y actividades enfocadas en la promoción de la participación comunitaria para la prevención social del delito. 	<p>\$ 555.555 bruto</p>	<p>Lunes a Jueves: 8.30 a 17.30 horas</p> <p>Viernes: 8.30 a 16.30 horas</p> <p>44 horas semanales</p>
	<p>Yolanda Ramos Silva</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la generación de actividades relacionadas en promover, difundir y promocionar la Marca de Prevención en el ámbito comunitario y territorial. • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención • Apoyo logístico, talleres de promoción social, charlas de difusión y Ferias Comunitarias en Prevención. 	<p>\$ 450.000 bruto</p>	<p>Lunes a Jueves: 8.30 a 17.30 horas</p> <p>Viernes: 8.30 a 16.30 horas</p> <p>44 horas semanales</p>

	<p>María Elena del Rosario González Salinas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la generación de actividades relacionadas en promover, difundir y promocionar la Marca de Prevención en el ámbito comunitario y territorial. • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención • Apoyo logístico, talleres de promoción social, charlas de difusión y Ferias Comunitarias en Prevención. 	\$ 450.000 bruto	<p>Lunes a Jueves: 8.30 a 17.30 horas</p> <p>Viernes: 8.30 a 16.30 horas</p> <p>44 horas semanales</p>
	<p>• Total del programa: \$ 11.272.216.-</p>		
VI.- ITEM PRESUPUESTARIO	<p>: Dichos gastos deberán imputarse en base al clasificador presupuestario y financiado con los fondos Municipales Cuenta: 21.04.004 "Servicios Comunitarios" Subcuenta: 215.21.04.004.041 "HONORARIOS PLAN COMUNAL DE SEGURIDAD PÚBLICA"</p>		

IMPUTACIÓN:

Nombres	RUT	FUNCIÓN	DEPENDENCIA	CUENTA	IMPUTACION	RENDA Bruta	PERIODO	VALOR
Ricardo Segovia Yampo	12.611.934-8	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración a la planificación de actividades en incentivar el modelo de prevención como la Marca de Calidad en la Gestión Municipal • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención. • Charlas, Talleres, ferias informativas para promover instancias de participación ciudadana enfocados en prevención social del delito y el abuso de las adicciones. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 666.666	01 de Enero al 31 de Marzo del 2014	\$ 1.999.998
Ángelo Carbone Manríquez	16.226.808-2	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración en diseñar estrategias de intervención para difundir, promover y promocionar la Marca de Prevención. • Apoyo al análisis emocional y conductual de los efectos que provoca la marca en acciones positivas como concepto de vida sobre las adicciones. • Charlas, Talleres lúdicos y ferias informativas incorporando conceptos claves de autocuidado en personas y equipos de trabajo. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 666.666	15 de Enero al 31 de Marzo del 2014	\$ 1.999.998

Oscar Guajardo Flores	13.862.400-5	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención. • Colaboración en investigación de medios sociales para el desarrollo del concepto de Marca de Prevención. • Apoyo al diseño de Márquetin Social y estructura comunitaria para instaurar la Marca de Prevención. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 500.000	03 de Febrero al 31 de Marzo del 2014	\$ 1.000.000
Daslaf Christopher Torres Artiaga	17.368.232-8	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención. • Apoyo al diseño de bases de datos en lenguaje de programación para el desarrollo publicitario de la Marca de Prevención. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 450.000	01 de Enero al 31 de Marzo del 2014	\$ 1.350.000
Cristian Fernando Campbell Polanco	17.370.541-7	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración en manejos de programas de diseño que permitan elaborar el logo de la Marca de Prevención, mediante la participación ciudadana. • Charlas, Talleres, ferias informativas para promover instancias de participación ciudadana enfocados en prevención social del delito y el abuso de las adicciones. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 555.555	01 de Enero al 31 de Marzo del 2014	1.666.665
Felipe Fuentes Cipitria	16.571.598-5	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la ejecución de intervenciones que fomenten la prevención del delito a través de la promoción de la participación comunitaria. • Apoyo en la generación de redes para la implementación de las intervenciones a desarrollar. • Colaboración en la ejecución del Plan Comunal de Promoción de la Salud. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 555.555	01 de Marzo al 31 de Marzo del 2014	\$ 555.555
Yolanda Ramos Silva	8.222.042-9	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la generación de actividades relacionadas en promover, difundir y promocionar la Marca de Prevención en el ámbito comunitario y territorial. • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención • Apoyo logístico, talleres de promoción social, charlas de difusión y Ferias Comunitarias en Prevención. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 450.000	15 de Enero al 31 de Marzo del 2014	\$ 1.350.000

María Elena del Rosario González Salinas	9.930.471-5	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la generación de actividades relacionadas en promover, difundir y promocionar la Marca de Prevención en el ámbito comunitario y territorial. • Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención • Apoyo logístico, talleres de promoción social, charlas de difusión y Ferias Comunitarias en Prevención. 	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 450.000	15 de Enero al 31 de Marzo del 2014	\$ 1.350.000
--	-------------	---	--------------------------------------	--	-------------------	------------	-------------------------------------	--------------

Tendrán presente este Decreto Alcaldicio la Dirección de Administración y Finanzas, Adquisiciones, Dideco, Oficina Comunal de Seguridad Pública, Contraloría Municipal y la Secretaría Municipal.

ANÓTESE, COMUNIQUESE Y ARCHÍVESE



LOS CASTILLO GALLEGUILLOS
SECRETARIO MUNICIPAL



SALVADOR URRUTIA CARDENAS
ALCALDE DE ARICA

SUC/FN/CCG/emv.