



REPUBLICA DE CHILE  
I. MUNICIPALIDAD DE ARICA  
ALCALDIA

EXENTO

DECRETO N° **8539** /2014.-

ARICA, **06 DE JUNIO DE 2014.-**

**VISTOS:**

- a) Ordinario N° 1639, de fecha 28 de Mayo de 2014, de la Dirección de Desarrollo Comunitario, mediante el cual solicita autorizar programa denominado "**MARCA TU MARCA COMO UN MODELO DE VIDA**".
- b) Memorandum N° 810, de fecha 05 de Junio de 2014, de la Secretaría Comunal de Planificación, en el que informa la disponibilidad presupuestaria.
- c) Registro N° 8854, de fecha 28 de Mayo de 2014, de Administración Municipal.
- d) Las facultades que me confiere la Ley N° 18.695 "Orgánica Constitucional de Municipalidades".

**DECRETO:**

**REGULARIZASE** la aprobación del programa denominado "**MARCA TU MARCA COMO UN MODELO DE VIDA**", período **Abril a Junio de 2014**, que se detalla a continuación:

I.- ANTECEDENTES GENERALES	
1.1.-NOMBRE	: "Marca tu Marca como un Modelo de Vida".
1.2.-EJECUTA	: DIDECO, a través de la Oficina Comunal de Seguridad Pública
1.3.-LUGAR	: Chépicas #2255
1.4.-FECHA	: Abril a Junio de 2014
1.5.-CLAUSULA C/V	: NO APLICA
1.6.-COBERTURA	: Comuna de Arica
1.7.-PROGRAMA	: <p>El Programa de Prevención "Marca tu Marca", 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 para evitar el consumo de sustancias ilícitas y el alcohol.</p> <p>Se generará una campaña publicitaria sobre el proyecto MARCA, que apunte a incidir en nuestro grupo objetivo y que de alguna manera sea o se convierta en los lineamientos y propósitos para conseguir avanzar y contribuir en la sociedad presente. Con el posicionamiento de un slogan e imagen corporativa que incentiva el desarrollo de actividades positivas.</p> <p>Importante es ver como MARCA incide en sus decisiones pero además como en conjunto con el proyecto contribuyen en la sociedad actual, esto permitirá darle un mayor realce y valor emocional importante a las actividades a realizar y de esta manera poder adentrar y trabajar sobre sus actuaciones y liderazgo emocional.</p> <p>ACTIVIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Reunión con equipo de trabajo para ver las incidencias temáticas y específicas de MARCA (Rango Etario, Lugares territoriales, etc.).</li> <li>2.- Reunión de coordinación para la conformación de mesa municipal de MARCA.</li> <li>3.- Reunión de coordinación para la conformación de la mesa intersectorial de MARCA.</li> <li>4.- Reuniones de Presentación de MARCA a la comunidad y como ser parte de ella.</li> <li>5.- Acompañamiento a nuestro grupo objetivo en sus actividades y en la participación de sus dinámicas.</li> <li>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.</li> <li>7.- Visita a organizaciones con tema de voluntariado y en el marco del concepto de MARCA.</li> </ol>

	<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 reestructuración de MARCA</p> <p><b>METAS</b></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 05 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 una 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><b>II.- FUNDAMENTOS</b></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 usuario principal son jóvenes, adolescentes, niños y niñas, que participan en innumerables acciones y actividades para hacer de la prevención una Marca.</p> <p>Las intervenciones preventivas pueden ser de carácter amplio, dirigidos al conjunto de la población tales como campañas informativas, educativas a grupos vulnerables específicos, establecimientos educacionales, juntas vecinales, etc.</p> <p>Con el fin de contribuir en el desarrollo de una buena calidad de vida familiar y prevención de las drogodependencias, la Oficina Comunal de Seguridad Pública en base a sus objetivos generales y específicos busca la creación de instancias de participación comunitaria para combatir los altos niveles de consumo de sustancias adictivas presente en la realidad cotidiana de los jóvenes de nuestra ciudad.</p> <p>El modelo al tener un enfoque preventivo, se basa en incentivar la participación activa de los jóvenes, fomentando y dando la oportunidad de utilizar el tiempo en variadas actividades. Estrategias que serán implantadas y vinculadas a un trabajo de posicionamiento de una Marca.</p> <p>Para ello existen ciertas marcas que verdaderamente hacen la diferencia a la hora 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 y 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 la 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 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 siete 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 aspira a pertenecer. Es decir, los productos contra los que la marca compite 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.</p> <p>2) Determina tus diferenciadores: Todo buen posicionamiento debe entender y vincularse 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 c) valor accesible hacia el consumidor.</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) Generar una promesa: Implica definir como se quiere que los consumidores perciban a la</p>

	<p>marca y la categoría de negocio que se quiere establecer. Debe también incluir clara y concisamente la esencia de la marca, de manera memorable, potencial, corta y nítida.</p> <p>5) <b>Proyecta el Potencial:</b> Un buen posicionamiento debe tener un pie en el presente y uno en el futuro. Debe ser aspiracional y visionario permitir que la Marca tenga espacio para evolucionar y crecer. Debiendo tener presente la misión del objetivo general.</p> <p>6) <b>Mantén el equilibrio:</b> 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 logre confianza.</p> <p>7) <b>Trabaja la marca:</b> 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, debiendo destacar los aspectos positivos y modificar los aspectos negativos.</p>																				
<b>III.-OBJETIVO GENERAL</b>	<p>: Prevenir el consumo de drogas desde una metodología focalizada en el bienestar personal y social, incentivando una mirada positiva tanto a nivel cognitivo, emocional y conductual, fomentando la participación ciudadana desde el posicionamiento de la marca.</p>																				
<b>IV.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<p>: 1) Incentivar conductas positivas que estén en el marco de la confianza, la comunicación, y el bienestar social.</p> <p>2) Internalizar el modelo de acción positiva como un método diferente en la prevención de drogas.</p> <p>3) Fomentar un trabajo integral, desde los distintos actores, incorporando a distintas redes que tengan el mismo objetivo.</p> <p>4) Vincular la imagen corporativa de la "marca" como un producto de calidad de la municipalidad de Arica, mediante el subdominio: <a href="http://www.muniarica.cl">www.muniarica.cl</a>  <a href="http://marca.muniarica.cl">marca.muniarica.cl</a>  <a href="http://marca.muniarica.cl">http://marca.muniarica.cl</a></p> <p>5) Desarrollar Sistemas de redes sociales que mantenga un feedback constante con nuestros beneficiarios</p>																				
<b>V.- RECURSOS INVOLUCRADOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o <b>Humanos</b></li> </ul> <p><b>Internos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación de las siguientes personas:</li> </ul> <p><b>Periodo: Abril a Junio del 2014</b></p> <table border="1" data-bbox="464 1211 1500 2217"> <thead> <tr> <th>Nombre</th> <th>Funciones</th> <th>Remuneración</th> <th>Jornada</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ricardo Segovia Yampo</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la difusión e incentivo de la Marca Prevención en el entorno Municipal.</li> <li>• Generación de actividades, Charlas, Talleres, ferias informativas para promover la Marca Prevención</li> <li>• Apoyo en la búsqueda de financiamiento externo para la difusión de la marca prevención.</li> </ul> </td> <td>\$ 666.666 bruto</td> <td>           Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas             Viernes: 8:30 a 16:30 horas             44 horas semanales         </td> </tr> <tr> <td>Ángelo Carbone Manríquez</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración la generación de instancias y redes de apoyo que promuevan la utilización y difusión de la Marca de Prevención.</li> <li>• Generar y dictar Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> </ul> </td> <td>\$ 666.666 bruto</td> <td>           Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas             Viernes: 8:30 a 16:30 horas             44 horas semanales         </td> </tr> <tr> <td>Marcelo Andrés Córdova Cortés</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención.</li> <li>• Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> </ul> </td> <td>\$ 555.555 bruto</td> <td>           Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas             Viernes: 8:30 a 16:30 horas             44 horas semanales         </td> </tr> <tr> <td>María Elena del Rosario González Salinas</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas</li> </ul> </td> <td>\$ 450.000 bruto</td> <td>           Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas             Viernes: 8:30 a 16:30         </td> </tr> </tbody> </table>	Nombre	Funciones	Remuneración	Jornada	Ricardo Segovia Yampo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la difusión e incentivo de la Marca Prevención en el entorno Municipal.</li> <li>• Generación de actividades, Charlas, Talleres, ferias informativas para promover la Marca Prevención</li> <li>• Apoyo en la búsqueda de financiamiento externo para la difusión de la marca prevención.</li> </ul>	\$ 666.666 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30 horas  44 horas semanales	Ángelo Carbone Manríquez	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración la generación de instancias y redes de apoyo que promuevan la utilización y difusión de la Marca de Prevención.</li> <li>• Generar y dictar Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> </ul>	\$ 666.666 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30 horas  44 horas semanales	Marcelo Andrés Córdova Cortés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención.</li> <li>• Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> </ul>	\$ 555.555 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30 horas  44 horas semanales	María Elena del Rosario González Salinas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas</li> </ul>	\$ 450.000 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30
Nombre	Funciones	Remuneración	Jornada																		
Ricardo Segovia Yampo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la difusión e incentivo de la Marca Prevención en el entorno Municipal.</li> <li>• Generación de actividades, Charlas, Talleres, ferias informativas para promover la Marca Prevención</li> <li>• Apoyo en la búsqueda de financiamiento externo para la difusión de la marca prevención.</li> </ul>	\$ 666.666 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30 horas  44 horas semanales																		
Ángelo Carbone Manríquez	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración la generación de instancias y redes de apoyo que promuevan la utilización y difusión de la Marca de Prevención.</li> <li>• Generar y dictar Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> </ul>	\$ 666.666 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30 horas  44 horas semanales																		
Marcelo Andrés Córdova Cortés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención.</li> <li>• Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> </ul>	\$ 555.555 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30 horas  44 horas semanales																		
María Elena del Rosario González Salinas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas</li> </ul>	\$ 450.000 bruto	Lunes a Jueves: 8:30 a 17:30 horas  Viernes: 8:30 a 16:30																		

		<ul style="list-style-type: none"> <li>incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> <li>Colaboración en la generación de redes de apoyo que apoyen la difusión de la Marca Prevención.</li> </ul>		<p>horas</p> <p>44 horas semanales</p>
	Daslaf Christopher Torres Artiaga	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo a Diseñar, estructurar el sub-dominio: marca.muniarica.cl, con lenguaje de programación Joomla y archivos multimedia.</li> </ul>	\$ 450.000 bruto	<p>Lunes a Jueves: 8:30 a 13:00 horas</p> <p>Viernes: 8:30 a 12:30 horas</p> <p>22 horas semanales</p>
	Cristian Fernando Campbell Polanco	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboración al diseño gráfico publicitario de programas orientados a la prevención de las drogas y del delito, para ser incorporados al subdominio de la Marca de Prevención.</li> </ul>	\$ 555.555 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>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Total del programa: \$ 10.033.326.-</b></li> </ul>			
<b>VI.- ITEM PRESUPUESTARIO</b>	<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	DEPEN-DENCIA	CUENTA	IMPUTA-CION	RENTA Bruta	PERIODO	VALOR
Ricardo Segovia Yampo	12.611.934-8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo en la difusión e incentivo de la Marca Prevención en el entorno Municipal.</li> <li>Generación de actividades, Charlas, Talleres, ferias informativas para promover la Marca Prevención</li> <li>Apoyo en la búsqueda de financiamiento externo para la difusión de la marca prevención.</li> </ul>	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 666.666	01 de Abril al 30 de Junio del 2014	\$ 1.999.998
Ángelo Carbone Manríquez	16.226.808-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboración la generación de instancias y redes de apoyo que promuevan la utilización y difusión de la Marca de Prevención.</li> <li>Generar y dictar Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> </ul>	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 666.666	01 de Abril al 30 de Junio del 2014	\$ 1.999.998
Marcelo Andrés Córdova Cortés	17.195.244-1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo al manejo de redes sociales e Internet aplicando la Marca de Prevención.</li> <li>Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca</li> </ul>	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 555.555	01 de Abril al 30 de Junio del 2014	\$ 1.666.665

		Prevención.						
María Elena del Rosario González Salinas	9.930.471-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la planificación y logística de actividades, Charlas, Talleres lúdicos y participación en ferias informativas incorporando conceptos claves que promuevan la Marca Prevención.</li> <li>• Colaboración en la generación de redes de apoyo que apoyen la difusión de la Marca Prevención.</li> </ul>	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 450.000	01 de Abril al 30 de Junio del 2014	\$ 1.350.000
Daslaf Christopher Torres Artiaga	17.368.232-8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a Diseñar, estructurar el subdominio: marca.muniarica.cl, con lenguaje de programación Joomla y archivos multimedia.</li> </ul>	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 450.000	01 de Abril al 30 de Junio del 2014	\$ 1.350.000
Cristian Fernando Campbell Polanco	17.370.541-7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración al diseño gráfico publicitario de programas orientados a la prevención de las drogas y del delito, para ser incorporados al subdominio de la Marca de Prevención.</li> </ul>	Oficina Comunal de Seguridad Pública	Honorarios Plan Comunal de Seguridad Pública	215.21.04.004.041	\$ 555.555	01 de Abril al 30 de Junio del 2014	\$ 1.666.665

El monto del Programa es de \$ 10.033.326.-

Tendrán presente este Decreto Alcaldicio Administración y Finanzas, Asesoría Jurídica, Dirección de Control, SECPLAN, Dirección de Desarrollo Comunitario y Secretaría Municipal.

ANOTESE, NOTIFIQUESE Y ARCHIVASE.




**LUIS CAÑIPA PONCE**  
SECRETARIO MUNICIPAL (S)

SUC/FNJ/LCP/bcm.-



**DR. SALVADOR URRUTIA CARDENAS**  
ALCALDE DE ARICA