

REPUBLICA DE CHILE
MINISTERIO DE RELACIONES
EXTERIORES

DIRECCIÓN GENERAL
DE RELACIONES ECONÓMICAS
INTERNACIONALES

DIVISION JURIDICA
COMITE 3
14 MAR. 2019

CONTRALORIA GENERAL
OFICINA GENERAL DE PARTES
14 MAR 2019
APRUEBA CONVENIO ENTRE LA DIRECCIÓN
GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS
INTERNACIONALES Y LA FUNDACIÓN IMAGEN
DE CHILE

DIRECON OF. PARTES
002007 09 03 2019
DENR

Santiago, 11 de febrero de 2019

RESOLUCIÓN AFECTA N° 12

VISTOS: La Ley N° 21.125; el Decreto con Fuerza de Ley N° 53 de 1979, y el Decreto Supremo N° 77 de 2018, ambos del Ministerio de Relaciones Exteriores; la Resolución Exenta de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales N° P-360, de 2019; y la Resolución N°1.600 de 2008, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

- Que a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, en adelante, "DIRECON", entre otras funciones, le compete colaborar, dentro del contexto de la política económica que fija el Supremo Gobierno, al desarrollo exportador del país, para lo cual realiza una labor permanente de difusión, promoción, diversificación y estímulo en el mercado internacional de productos y servicios nacionales, para crear, extender o intensificar su demanda y potenciar la imagen del país en el exterior.
- Que, la Fundación Imagen de Chile, en adelante, la "FUNDACIÓN", tiene por objeto impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la imagen de nuestro país en el exterior, contribuyendo a la competitividad del mismo, mediante una estrecha coordinación con el sector público y privado.
- Que, ambas entidades suscribieron, con fecha 5 de febrero de 2019, un convenio en cumplimiento de lo dispuesto en la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, de la Ley N°21.125, de Presupuestos del Sector Público para el año 2019, que contempla la transferencia de recursos desde la DIRECON a la FUNDACIÓN, por la suma de \$4.080.367.000 (cuatro mil ochenta millones trescientos sesenta y siete mil pesos) correspondiendo dictar el acto administrativo aprobatorio del mismo.

RECIBIDO

CONTRALORÍA GENERAL
TOMA DE RAZÓN

RECEPCIÓN

CGR - 12 FEB 2019

DEPART. JURÍDICO	12 FEB. 2019
DEPT. T.R. Y REGISTRO	
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.	

REFRENDACIÓN

REF. POR \$ _____
IMPUTAC. _____
ANOT. POR \$ _____
IMPUTAC. _____
DEDUC. DTO. _____

RETIRADO SIN TRAMITAR

CON OFICIO N° _____
FECHA: 1 MAR. 2019



RESUELVO:

I. APRUÉBASE el Convenio celebrado con fecha 5 de febrero de 2019, entre la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales y la Fundación Imagen de Chile, cuyo texto se inserta y es el siguiente:

CONVENIO

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

Y

FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

En Santiago, Chile, a 5 de febrero de 2019 la **DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES**, Servicio Público, Rol Único Tributario N° 70.020.190-2, representada según se acreditará por su Director General don Rodrigo Yáñez Benítez, chileno, abogado, cédula de identidad N° 10.683.614-0, ambos domiciliados en Teatinos N° 180, piso 12, comuna y ciudad de Santiago, en adelante **DIRECON**, por una parte; y, por la otra, la **FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**, Rol Único Tributario N° 65.010.882-5, representada según se acreditará por su Directora Ejecutiva doña Constanza Cea Sanchez, chilena, periodista, cédula de identidad N° 7.575.196-6, ambas domiciliadas en Monjitas N° 392, oficina 1502, comuna y ciudad de Santiago, en adelante **IMAGEN DE CHILE**, vienen en suscribir el presente convenio:

CONSIDERANDO

1. Que **DIRECON** es el organismo técnico del Estado encargado de ejecutar la política que formula el Presidente de la República en materia de relaciones económicas con el exterior, correspondiéndole realizar, entre otras funciones, una labor permanente de difusión, promoción, diversificación y estímulo en el mercado internacional de los productos y servicios nacionales para crear, extender o intensificar su demanda y potenciar la imagen del país en el exterior.
2. Que **IMAGEN DE CHILE** tiene por objeto impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la imagen de nuestro país en el exterior, contribuyendo a la competitividad del mismo, mediante una estrecha coordinación con el sector público y privado.
3. Que en este contexto, la Ley N° 21.125 de Presupuestos del Sector Público para el año 2019, en la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, contempla una transferencia de recursos de **DIRECON** a **IMAGEN DE CHILE**, por la suma de \$ 4.080.367.000 (cuatro mil ochenta millones trescientos sesenta y siete mil pesos) y una glosa (05) que, entre otras materias, prevé que tales recursos serán transferidos conforme al convenio que se suscriba al efecto, en el cual deberá estipularse, a lo menos, las acciones a desarrollar, las metas, plazos y forma de rendir cuenta de su uso. Incluye hasta \$1.066.986.000 (un mil sesenta y seis millones novecientos ochenta y seis mil pesos) para gastos en personal. Asimismo, señala que **DIRECON** deberá publicar el convenio en su página web y que **IMAGEN DE CHILE** deberá incorporar en su página web información trimestral sobre sus estados financieros y una memoria anual de sus actividades, incluyendo su balance.
4. Que en cumplimiento del referido mandato legal, por Resolución Exenta del Servicio N° P- 360 de 2 de enero de 2019, **DIRECON** asignó fondos al proyecto N° 1968000, denominado, **PROGRAMA DE TRABAJO 2019- IMAGEN DE CHILE**, en adelante el **PROYECTO**, por un total de \$ \$ 4.080.367.000 (cuatro mil ochenta millones trescientos sesenta y siete mil pesos) el cual será ejecutado por **IMAGEN DE CHILE**, en los términos definidos tanto en él como en las cláusulas siguientes.
5. Que corresponde transferir esos recursos a **IMAGEN DE CHILE** para que pueda ejecutar las actividades del **PROYECTO**, pudiendo adquirir los bienes y contratar los servicios necesarios para ello, gastos que serán solventados con cargo a esos fondos.



PRIMERA: COSTOS DE EJECUCIÓN Y TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS

En cumplimiento de lo expresado precedentemente, **DIRECON** transferirá a **IMAGEN DE CHILE** hasta la cantidad de \$ 4.080.367.000 (cuatro mil ochenta millones trescientos sesenta y siete mil pesos) monto correspondiente al costo total de ejecución del Programa de Actividades que **IMAGEN DE CHILE** llevará a cabo en el marco del **PROYECTO**, el cual se anexa al presente convenio.

La transferencia de recursos antes indicada se efectuará en tres cuotas, mediante anticipos, por los montos y en las oportunidades que a continuación se detallan:

1. La primera cuota, ascendente a \$2.040.183.500 (dos mil cuarenta millones ciento ochenta y tres mil quinientos pesos), será anticipada una vez que se cumplan todas las condiciones para la transferencia de recursos públicos que se establecen más adelante.
2. La segunda cuota ascendente a \$1.020.091.750 (un mil veinte millones noventa y un mil setecientos cincuenta pesos) será anticipada por **DIRECON** a **IMAGEN DE CHILE** una vez que ésta haya cumplido con la obligación de ejecutar, al menos, el 80% de los recursos anticipados en la primera cuota y se hayan cumplido las condiciones para la transferencia de recursos públicos que se establecen más adelante.
3. La tercera cuota ascendente a \$1.020.091.750 (un mil veinte millones noventa y un mil setecientos cincuenta pesos) será anticipada por **DIRECON** a **IMAGEN DE CHILE** una vez que ésta haya cumplido con la obligación de ejecutar, al menos, el 80% de los recursos anticipados por concepto de segunda cuota y se hayan cumplido las condiciones para la transferencia de recursos públicos que se establecen más adelante.

La transferencia de recursos deberá efectuarse a más tardar el 31 de diciembre de 2019

CONDICIONES PARA LA TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS

Cada cuota de los recursos públicos se transferirá anticipadamente sólo una vez que se cumpla con la totalidad de las siguientes condiciones:

- a. Que **IMAGEN DE CHILE** entregue las garantías que se especifican en la cláusula segunda de este instrumento.
- b. Que **IMAGEN DE CHILE** se encuentre debidamente inscrita y con sus datos actualizados en el Registro Institucional que **DIRECON** lleva para efectos de la Ley N° 19.862.
- c. Que **IMAGEN DE CHILE** haya cumplido con la obligación de rendir cuenta de la inversión de los fondos ya concedidos, observando para ello lo establecido en la Resolución N° 30, de 2015, que fija normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas, de la Contraloría General de la República. **IMAGEN DE CHILE** deberá, al momento de recibir los fondos, hacer entrega de un "Boletín de Ingreso" que dé cuenta de la apertura de un centro de costos, el que deberá contener a lo menos las siguientes menciones:
 - > Individualización completa de **IMAGEN DE CHILE**.
 - > Número y nombre de la cuenta contable o cuenta corriente bancaria donde se ingresan los dineros transferidos.
 - > Monto total de dinero recibido.
 - > Procedencia de los fondos (institución que los otorga).
 - > Firma de la persona que, teniendo poder suficiente, recibe los recursos.
- d. Que **IMAGEN DE CHILE** presente una declaración jurada simple expresando que la información contenida en el registro señalado en el literal b. no ha sido modificada y, en caso contrario, entregue a **DIRECON** la documentación necesaria para la debida actualización del registro institucional.
- e. Que la Resolución que apruebe el presente convenio se encuentre totalmente tramitada por la Contraloría General de la República.



- f. Que conforme lo dispone el artículo 59 de la Ley Nº 19.728, **IMAGEN DE CHILE** esté al día en el pago de las cotizaciones de sus trabajadores, sobre seguro de cesantía, establecidas en la citada Ley. Para acreditar dicho pago, **IMAGEN DE CHILE** deberá enviar a **DIRECON** un Certificado de Cumplimiento de Obligaciones Laborales y Previsionales, extendido por la Dirección del Trabajo; o el documento que en el futuro lo reemplace y que acredite el hecho.

SEGUNDA: GARANTÍAS POR TRANSFERENCIA DE FONDOS PÚBLICOS Y CUMPLIMIENTO FIEL Y OPORTUNO DE LAS OBLIGACIONES DEL CONVENIO

Para garantizar la correcta utilización de los fondos públicos que se anticipan, así como el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones del convenio, **IMAGEN DE CHILE** entregará a **DIRECON** - previo a la transferencia de la primera cuota - una boleta bancaria de garantía pagadera a la vista, póliza de seguros de ejecución inmediata o vale vista, extendido en forma irrevocable a favor de la **DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES**, RUT Nº 70.020.190-2, por la suma de \$2.040.183.500 (dos mil cuarenta millones ciento ochenta y tres mil quinientos pesos), monto equivalente a la primera cuota de la transferencia, con fecha de vencimiento no anterior al 30 de septiembre de 2019.

Igual obligación existirá respecto de las transferencias que se efectúen por concepto de segunda y tercera cuotas, a objeto de garantizar la correcta utilización de los fondos públicos que se anticipen así como el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones del convenio, debiendo otorgarse en dichos casos garantías por el monto total de los recursos que en cada oportunidad se anticipen más la cantidad correspondiente a los fondos pendientes de rendición y aprobación referidos a las cuotas anteriores, con fecha de vencimiento no anterior a nueve meses contados desde su emisión.

DIRECON devolverá las respectivas garantías, dentro del plazo de 10 días hábiles siguientes, contados desde la fecha en que **IMAGEN DE CHILE** haya entregado la nueva garantía de reemplazo a que se alude en el párrafo anterior. La devolución de la garantía otorgada por concepto de la transferencia de la tercera cuota, estará sujeta a la aprobación de la rendición de la totalidad de los recursos anticipados o la devolución de los recursos que no hubiesen sido ejecutados u observados.

Si faltando 60 días corridos para el vencimiento de cualquiera de las garantías, **DIRECON** no hubiere aprobado el último informe tanto técnico como de la rendición de cuenta de los gastos asociados a las transferencias que caucionan, **IMAGEN DE CHILE** dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para reemplazar la garantía vigente por una boleta bancaria de garantía pagadera a la vista, póliza de seguros de ejecución inmediata o vale vista, extendida por el plazo y monto que **DIRECON** le indique. Si ello no ocurre, **DIRECON** hará efectiva la garantía que se encontrare vigente.

IMAGEN DE CHILE podrá imputar el costo financiero de la obtención de las garantías a los fondos transferidos para la ejecución del **PROYECTO**.

Será obligación de **IMAGEN DE CHILE** mantener vigentes las mencionadas garantías, debiendo renovarlas en caso de ser necesario; de lo contrario **DIRECON** podrá hacer efectivas las mismas, pudiendo terminar además anticipadamente el convenio.

TERCERA: METAS Y ACTIVIDADES.

Para el debido desarrollo del **PROYECTO**, **IMAGEN DE CHILE** deberá dar cumplimiento a las metas que se describen en el anexo de este instrumento denominado-Programa de Trabajo 2019 **IMAGEN DE CHILE**.

Asimismo, en el marco de lo anterior, **IMAGEN DE CHILE** deberá ejecutar las actividades contempladas en el **PROYECTO** que se incluye en



el anexo de este convenio, las cuales dicen relación con los componentes específicos que se exponen a continuación:

- 1. Campañas y activaciones:** diseño y ejecución de acciones de alto impacto que resalten los atributos distintivos del país, favoreciendo su reputación.
- 2. Alianzas estratégicas:** acuerdos de trabajo a largo plazo que permiten colaborar estratégicamente para ampliar la visibilidad de la marca país, dar contexto a la marca y apoyar el desarrollo de sectores estratégicos para la imagen país a través de un relato común sobre Chile.
- 3. Generación de contenidos y alineamiento de mensajes (relato):** generación permanente de contenidos de alto alcance, con foco en audiencias locales y extranjeras.
- 4. Programa de uso de marca:** programa que otorga la licencia para incorporar la marca país en diferentes soportes de promoción de un producto o servicio, con el fin de que éste destaque, tanto en el mercado nacional como en el extranjero, vinculándose a su lugar de origen y a los valores que lo distinguen, procurando llegar con mayor visibilidad a nuevas audiencias.
- 5. Plan de difusión y posicionamiento:** acciones de difusión con prestigiosos medios nacionales e internacionales, incluidas plataformas digitales de alto alcance, lo cual incluye conferencias de prensa periódicas y viajes de prensa extranjera al país.
- 6. Marketing Digital:** generación permanente de contenidos en comunidades digitales de alto alcance, con foco en audiencias locales y extranjeras. Incluye nuevas aplicaciones, campañas temáticas y concursos interactivos, así como un trabajo sostenido para aumentar el número de seguidores de nuestras redes sociales, en coordinación con entidades encargadas de la promoción de la Imagen País.
- 7. Embajadores de la Marca Chile:** iniciativa que apunta a identificar y movilizar a chilenos destacados detrás de iniciativas que fomenten una percepción positiva sobre Chile entre el público internacional, de tal manera que estos sean activos constructores de la marca país.
- 8. Análisis de tendencias:** diseño y monitoreo de la base de estudios de percepción, reputación y otros tipos de información que dan cuenta de la imagen de Chile en el mundo y de sus principales componentes para fortalecer y promocionar la marca país.
- 9. Trabajo interno:** Acciones para robustecer el desempeño de la institución, fomentando el desarrollo de una cultura corporativa de carácter colaborativo con las otras instituciones constructoras de imagen país en pos de una estrategia común de posicionamiento de la imagen de Chile. Por otra parte, introducir criterios de eficiencia, resultados y optimización de recursos, de manera de potenciar el trabajo de posicionamiento de Chile en el ámbito internacional. Incluye talleres y capacitación para el equipo de Imagen de Chile, desarrollo de sistemas que permitan medir su desempeño y mesas de trabajo que permitan articular iniciativas de alto impacto a partir de estrategias inclusivas, consensuadas y colaborativas.
- 10. Gasto administrativo:** gastos de operaciones y pago de remuneraciones.

CUARTA: INFORMES

IMAGEN DE CHILE deberá rendir los gastos del **PROYECTO**, utilizando el formato de rendición que **DIRECON** le proporcionará al efecto y sujetándose a lo establecido en la Resolución N° 30, de 2015, 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, así como también al Manual de Rendición de Cuentas de Transferencias de Fondos Públicos al Sector Privado, aprobado por resolución exenta N° J- 637, de 30 de mayo de 2016, y su modificación aprobada por resolución exenta N° J-908, de 22 de agosto de 2017, y a los formatos establecidos por **DIRECON**, o aquellos que los modifiquen o reemplacen en lo que no sea contrario a la primera. Las modificaciones al



Manual de Rendiciones de Cuentas de Transferencias de Fondos Públicos al Sector Privado ya indicado, sólo serán aplicables a **IMAGEN DE CHILE** a partir del día en que hayan sido debidamente notificados a ella por escrito mediante carta certificada enviada a sus dependencias o correo electrónico dirigido a la Dirección Ejecutiva, con copia al Gerente de Finanzas y Tecnologías de la Información. Las materias que el presente convenio regula de una manera específica primarán por sobre las disposiciones que fueren discordantes con el aludido Manual.

IMAGEN DE CHILE deberá arbitrar las medidas que aseguren la correcta y eficiente inversión de los fondos que se le transfieren y adoptar los resguardos que correspondan tendientes a cautelar el debido cumplimiento de los contratos que celebre durante el desarrollo del programa de trabajo contenido en el anexo del presente instrumento. En ningún caso **IMAGEN DE CHILE** podrá invertir los fondos públicos transferidos en fondos mutuos, depósitos a plazo u otros instrumentos análogos.

a) **INFORMES TÉCNICOS MENSUALES**

IMAGEN DE CHILE deberá presentar a **DIRECON**, dentro de los primeros 20 días corridos de cada mes, un informe de contenido técnico de las actividades realizadas durante el mes anterior, junto al correspondiente informe de rendición mensual de cuenta de los gastos a que se refiere la siguiente letra b). Para estos efectos, el primer mes se contará desde la fecha de total tramitación de la resolución que apruebe este convenio y vencerá el último día del mes e incluirá el periodo de regularización a que se refiere la cláusula décima de este instrumento. A su vez, el último informe correspondiente a esta transferencia deberá ser entregado a más tardar el 20 de abril de 2020. Si el día 20 corresponde a un día inhábil, el plazo se entenderá prorrogado al primer día hábil siguiente.

IMAGEN DE CHILE deberá incorporar en los informes mensuales de contenido técnico, a lo menos lo siguiente:

- a.1. La definición de los componentes del **PROYECTO** asociados a las actividades ejecutadas durante el periodo pertinente.
- a.2. Una breve descripción de cada una de las actividades ejecutadas durante el periodo informado.
- a.3. Documentación de respaldo que permita a la contraparte designada por **DIRECON** verificar que las actividades fueron realizadas de acuerdo a lo descrito en el Programa de Trabajo del presente convenio, permitiendo constatar que los gastos efectuados son coherentes con las actividades. En caso de ser necesario, dicha contraparte podrá solicitar a **IMAGEN DE CHILE** mayores antecedentes que le permitan efectuar una revisión más detallada de las actividades.
- a.4. Señalar el tipo de informe, estudio, etc., y la fecha de su remisión a **DIRECON**, a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en la cláusula NOVENA **PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL**, de este Convenio.

DIRECON dispondrá de 10 días hábiles, a contar de su recepción, para aprobar u objetar, por escrito, los informes de contenido técnico. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **IMAGEN DE CHILE**, informándole detalladamente los antecedentes que originan la discrepancia. **IMAGEN DE CHILE** dispondrá de 5 días hábiles, desde la notificación, para aclarar la discrepancia. Recibida la aclaración de la discrepancia, o sin ella, **DIRECON** dispondrá de 5 días hábiles para pronunciarse. Si aun así subsisten las discrepancias, las partes acordarán las medidas correctivas que sean procedentes para el siguiente mes, las cuales quedarán estipuladas en el acta de aprobación del informe de contenido, a menos que se tratare del informe técnico final que debe entregarse en el mes de abril de 2020 evento en el cual, ante la subsistencia de tales discrepancias **DIRECON** procederá a su rechazo, debiendo estarse, en lo que respecta a la rendición de gastos pertinente, a lo indicado en el literal c) inciso penúltimo de esta cláusula.



b) INFORMES MENSUALES DE RENDICIÓN DE GASTOS.

IMAGEN DE CHILE deberá presentar en forma mensual un informe de rendición de gastos, que deberá ser enviado a **DIRECON** dentro de los primeros 20 días corridos de cada mes, junto al informe de contenido técnico a que se refiere la anterior letra a). Para estos efectos, el primer mes se contará desde la fecha de total tramitación de la resolución que apruebe este convenio y vencerá el último día del mes e incluirá el periodo de regularización a que se refiere la cláusula décima de este instrumento. A su vez, el último informe correspondiente a esta transferencia deberá ser entregado a más tardar el 20 de abril de 2020. Si el día 20 corresponde a un día inhábil, el plazo se entenderá prorrogado al primer día hábil siguiente.

IMAGEN DE CHILE deberá incorporar en los informes mensuales de rendición de gastos:

- b.1. La cantidad efectiva de dinero gastado en la ejecución de las actividades del mes, información que deberá estar desglosada por actividad.
- b.2. La documentación original de respaldo que justifica cada uno de los gastos realizados en el mes correspondiente.
- b.3. La correspondiente conciliación bancaria aprobada por la Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información de **IMAGEN DE CHILE** y las cartolas bancarias del periodo informado, incluyéndolas como documentación de respaldo.

En aquellos casos en que **IMAGEN DE CHILE** hubiere contratado servicios con personas naturales o jurídicas con cargo a los recursos transferidos y cuyo pago hubiere sido pactado a honorarios, deberá acompañar, al momento de efectuar la rendición correspondiente, los documentos que se señalan a continuación:

- Contrato de prestación de servicios, el cual, para ser aceptado por **DIRECON**, deberá encontrarse exclusivamente vinculado a las actividades referidas en la Cláusula Tercera de este instrumento y plan de trabajo respectivo, debiendo contemplar, al menos, las siguientes cláusulas:
 - Individualización de la persona que presta el servicio.
 - Mención expresa del objeto específico del contrato y de las actividades a realizar.
 - Monto a pagar por los servicios contratados.
 - Plazo o fecha en la cual será desarrollada la prestación de servicios.
 - Fecha en que se hará efectivo el o los pagos asociados al contrato respectivo.
- Informe mensual de los trabajos realizados en el marco del contrato.
- Boleta del pago de los servicios contratados y prestados. Esta documentación debe cumplir con las exigencias del Servicio de Impuestos Internos como órgano fiscalizador.

Tratándose de pasajes aéreos, sólo se podrán rendir como gastos los costos de pasajes adquiridos en clase económica. En caso de que se adquiera un pasaje en otra clase, se deberá adjuntar la cotización del mismo pasaje en clase económica, para el mismo vuelo y fecha y otras dos cotizaciones en clase económica, de distintas líneas aéreas que efectúen el mismo trayecto, emitidas el mismo día de la compra y para la misma fecha del pasaje adquirido; en tal caso, se podrá rendir el monto más bajo en clase económica y el remanente será de cargo 100% de **IMAGEN DE CHILE**. Se exceptúan de lo anterior los pasajes aéreos en clase ejecutiva adquiridos para viajes de más de 7.000 kilómetros de distancia que efectúe el (la) Director(a) Ejecutivo(a) de **IMAGEN DE CHILE** o bien invitados que así lo ameriten por su rango. En este último caso, deberá obligatoriamente obtenerse la autorización escrita de la contraparte técnica de **DIRECON**, la cual debe brindarse de manera previa a la adquisición y adjuntarse al momento de rendir el gasto.



IMAGEN DE CHILE podrá rendir gastos en viáticos, correspondiendo éstos a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por el traslado de quien desarrolle actividades bajo el presente convenio. El monto diario máximo a cofinanciar por este concepto se ajustará al valor indicado para el grado 3 (Director(a) Ejecutivo (a)) y grado 7 (otras personas) de la Escala Única de Remuneraciones, lo cual será publicado en la página web www.prochile.gob.cl. Corresponderá imputar el 100% del viático sólo en los casos que el ejecutor pernocte en el lugar de destino. Para los días en que no se pernocte en el lugar de destino, se deberá considerar el 40% del valor día del viático. En caso de que **IMAGEN DE CHILE** le corresponda costear el viaje de un funcionario de **DIRECON** o de otro Servicio Público, el cálculo de viático se ajustará a la calidad jurídica y el grado que éste posea al realizar el viaje.

Para el caso de invitados que lo ameriten por su rango o importancia, **IMAGEN DE CHILE** podrá solicitar a la contraparte Técnica de **DIRECON**, la autorización para aumentar el monto del valor diario del viático. Si **DIRECON** otorga la autorización, ésta debe brindarse por escrito, de manera previa al pago del viático correspondiente y adjuntarse al momento de rendir el gasto.

Igualmente, en el marco de actividades vinculadas a los objetivos del proyecto a ejecutar con cargo a los recursos que se le transfieran, **IMAGEN DE CHILE** podrá rendir gastos por concepto de propinas, de monto no superior al 10% del consumo, pagadas en las cuentas generadas en establecimientos de Chile que atiendan público a través de garzones, como restaurantes, cafeterías, fondas y similares. Tratándose de gastos de esa naturaleza efectuados en el exterior, sólo podrán rendirse en la medida que la legislación del correspondiente país lo establezca como pago obligatorio.

Para efectos de calcular el tipo de cambio aplicable en el proceso de rendición de cuenta de gastos, se hará efectivo lo establecido en el artículo 17 de la Resolución N° 30, de 2015, de la Contraloría General de la República, por lo cual las operaciones de cambio que se efectúen para financiar gastos en moneda extranjera deberán estar respaldadas por una instrucción dirigida al Banco con el cual se efectúe dicha operación, o bien por el voucher o comprobante de la operación cambiaria correspondiente.

Tratándose de una instrucción al Banco, en ésta deberá indicarse explícitamente la cuenta de origen de los fondos, el monto a cargar en moneda extranjera y el tipo de cambio utilizado. Si el respaldo de la operación cambiaria constare de un voucher o comprobante, en éste se deberá detallar el monto a cambiar y su equivalente en dólares indicando el tipo de cambio utilizado. En ambos casos, se deberá adjuntar el detalle de los gastos que serán pagados con este movimiento, el que deberá ser coincidente entre el monto total de la moneda extranjera obtenida y el valor total de los gastos a pagar.

A fin de velar por el uso eficiente de los recursos, las operaciones de cambio necesarias para efectuar pagos en moneda extranjera podrán realizarse con una antelación máxima de 15 días hábiles a la fecha del pago, pudiendo ser efectuada para un pago en particular o un grupo de pagos.

DIRECON dispondrá de 15 días hábiles, contados desde la aprobación del informe técnico respectivo, para aprobar u objetar los informes de rendición de cuenta de los gastos mensuales. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **IMAGEN DE CHILE**, informándole los antecedentes que originan la discrepancia. **IMAGEN DE CHILE** dispondrá de 10 días hábiles, contados desde la notificación, para aclarar la discrepancia. Recepcionada la aclaración de la discrepancia, **DIRECON** dispondrá de 15 días hábiles para aprobar o rechazar dicha rendición. En el evento que **IMAGEN DE CHILE** no aclare la discrepancia dentro del plazo dispuesto para ello, **DIRECON** rechazará la respectiva rendición de cuenta de gastos.

c) OTROS INFORMES

Previo a la segunda y tercera cuotas de la transferencia de recursos públicos, **IMAGEN DE CHILE** entregará a **DIRECON** un informe de



contenido técnico, y otro de rendición de gastos, por las actividades no informadas y saldos no rendidos, vinculados a la primera y segunda cuota de la transferencia de recursos, respectivamente.

DIRECON solicitará por escrito a **IMAGEN DE CHILE** información adicional y específica, cuando así lo estime pertinente, la que podrá ser incorporada en los informes de contenido técnico, referidos en la letra a) de esta cláusula, o enviada por otra vía, lo que será determinado por **DIRECON**, según la naturaleza del requerimiento formulado.

En el evento que del último informe de rendición de gastos, se constatare una diferencia entre el monto transferido y el monto aprobado, **IMAGEN DE CHILE** deberá reintegrar a **DIRECON** la diferencia resultante dentro de los 15 días hábiles siguientes a la notificación del resultado de la respectiva rendición.

En caso que corresponda el reintegro de los fondos públicos transferidos y ello no se produjere, **DIRECON** cobrará la correspondiente garantía a que se refiere la cláusula segunda del presente convenio por los montos que correspondiere reintegrar.

d) INFORMACIÓN A PUBLICAR EN PÁGINA WEB

IMAGEN DE CHILE deberá publicar en su página web información trimestral sobre sus estados financieros y una memoria anual de sus actividades incluyendo su balance, conforme lo prevé la glosa N°5, de la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02 de la Ley N° 21.125.

QUINTA: OBLIGACIONES LABORALES Y OTROS

Será obligación de **IMAGEN DE CHILE** cumplir estricta y oportunamente con todas las obligaciones tributarias, laborales y de seguridad social en relación con sus trabajadores, correspondientes al pago de impuestos, remuneraciones, cotizaciones previsionales, de salud y seguro de desempleo, conforme a la legislación vigente.

En caso alguno **DIRECON** financiará el pago de remuneraciones o beneficios remunerativos que no invistan el carácter de necesarios para el desarrollo de las actividades de **IMAGEN DE CHILE** incluidas en el PROYECTO. Las labores deberán desarrollarse durante la jornada ordinaria de trabajo y sólo de manera excepcional podrán remunerarse labores en sobretiempo o fuera de la jornada ordinaria de trabajo relacionadas con algunas de las actividades definidas para el presente convenio, y en todo caso, con absoluta observancia de la normativa legal que rige en la materia.

DIRECON no financiará con recursos de este convenio el pago de indemnizaciones de carácter convencional o voluntarias ni sumas o prestaciones que tengan su origen en incumplimientos en que incurra **IMAGEN DE CHILE** respecto de la normativa laboral, previsional o tributaria, aplicable al respectivo contrato. Sin embargo, en el caso de indemnizaciones que tengan origen en sentencias judiciales ejecutoriadas, **DIRECON** sólo podrá financiarlas por razones fundadas, lo cual será previamente ponderado por **DIRECON**.

IMAGEN DE CHILE deberá, asimismo, cumplir estrictamente con las normas laborales, previsionales y tributarias en lo que dice relación con la subcontratación para la ejecución de obras o servicios de personal externo a través de los respectivos empleadores o subcontratistas. En su relación contractual con empresas contratistas o subcontratistas, **IMAGEN DE CHILE**, deberá ejercer la potestad que le confiere la normativa legal aplicable al trabajo en régimen de subcontratación, debiendo informarse de manera oportuna e íntegra del debido cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales de los trabajadores de sus contratistas o subcontratistas. De esta manera, **DIRECON** no financiará con cargo a recursos de este convenio, la eventual responsabilidad solidaria que pueda recaer legalmente en **IMAGEN DE CHILE** por no ejercer debidamente su potestad como empresa principal conforme a la ley, al incumplir el deber de información antes señalado.



SEXTA: SEGUIMIENTO Y CONTROL

DIRECON mantendrá un permanente seguimiento, de las acciones vinculadas a la ejecución del **PROYECTO**, lo cual hará mediante el análisis y evaluación de las actividades ejecutadas por **IMAGEN DE CHILE**, pudiendo asimismo efectuar auditorías. Para ello, **IMAGEN DE CHILE** dará a **DIRECON** las facilidades necesarias para tomar conocimiento en terreno de la ejecución del **PROYECTO**, pudiendo realizar revisiones, visitas inspectivas, evaluaciones de control interno y requerir toda la información y antecedentes técnicos y financieros que estimen necesarios, con la finalidad de verificar si el **PROYECTO** se desarrolla en conformidad con lo estipulado en el presente convenio.

Los informes de auditoría resultantes de los trabajos de evaluación desarrollados serán dados a conocer formalmente a **IMAGEN DE CHILE**, quien en un plazo de 10 días hábiles tendrá que dar respuesta a cada uno de los hallazgos detectados y generar un plan de acción orientado a subsanar las observaciones que eventualmente pudieran existir.

Para efectos del presente convenio, **DIRECON** designa como contraparte para el seguimiento, control y aprobación de acciones vinculadas a la ejecución del **PROYECTO** a su Director de Promoción de Exportaciones o a quien éste delegue dicha función, lo que será comunicado por escrito a la contraparte, e **IMAGEN DE CHILE** designa como contraparte, a su Director(a) Ejecutivo(a), o quien lo reemplace.

Las respectivas contrapartes técnicas deberán sostener reuniones bimensuales con el fin de orientar y dar seguimiento a las actividades contempladas en el Plan de Trabajo.

SÉPTIMA: SANCIONES

Si ocurriere el evento a que se hace referencia en la Cláusula Segunda inciso cuarto de este instrumento e **IMAGEN DE CHILE** no diere cumplimiento oportuno a la obligación de reemplazar la garantía, **DIRECON** hará efectiva de inmediato la caución vigente, sin perjuicio de terminar anticipadamente el convenio.

Por otra parte, si **IMAGEN DE CHILE** incumpliere, por causa que le fuere imputable, la obligación de hacer entrega oportuna de los informes previstos en la Cláusula Cuarta literales a) y b) del presente convenio, como asimismo de aquéllos que **DIRECON** le solicite de conformidad con lo estipulado en el literal c) de la misma Cláusula, será sancionada, por cada día hábil de atraso, con una multa equivalente al 0,01% del monto total del presente convenio. La multa deberá ser pagada por **IMAGEN DE CHILE** dentro de los cinco días hábiles siguientes a que **DIRECON** le notifique, mediante carta certificada, el valor correspondiente y si ello no ocurre **DIRECON** hará efectiva de inmediato la garantía vigente.

Sin perjuicio de lo anterior, una vez transcurridos 20 días hábiles de atraso sin que **IMAGEN DE CHILE** hubiere dado cumplimiento a la obligación de entrega del respectivo informe, **DIRECON** hará efectiva de inmediato la garantía vigente sin perjuicio de terminar anticipadamente el convenio y efectuar el cobro de la multa correspondiente.

OCTAVA: DIFUSIÓN DE RESULTADOS

DIRECON podrá difundir - con irrestricto apego a la normativa legal vigente - toda aquella información acerca del **PROYECTO** y la derivada de la ejecución del presente convenio.

NOVENA: PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Los resultados derivados de la ejecución del **PROYECTO**, incluyendo toda la información recabada y los productos desarrollados en su marco, pertenecerán conjuntamente a **IMAGEN DE CHILE** y a **DIRECON**, debiendo aquélla remitir a **DIRECON**, copia de los mismos, dentro de los 15 días corridos, siguientes a su obtención. Las copias remitidas no deberán volver a adjuntarse al momento de efectuar los Informes Técnicos Mensuales, establecidos en la cláusula CUARTA de este convenio.



Respecto de las marcas comerciales, nombres de dominio y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO, IMAGEN DE CHILE** será responsable de cautelar que los derechos de propiedad intelectual e industrial asociados que se deriven de la ejecución del **PROYECTO** se constituyan a nombre de **DIRECON** y de **IMAGEN DE CHILE**. Para estos efectos **IMAGEN DE CHILE** tendrá la obligación de realizar los trámites pertinentes a fin que las personas naturales o jurídicas subcontratadas cedan legalmente el uso, goce y disposición de dicho material, sin perjuicio de sus derechos morales sobre las obras creadas y efectuar los trámites y gestiones que correspondan para proteger y cautelar la integridad de tales derechos a favor de ambos titulares.

Sin perjuicio de lo previsto en el párrafo precedente, sólo **IMAGEN DE CHILE** podrá ceder tales derechos a terceros, debiendo hacerlo a título gratuito tratándose de los órganos que forman parte de la Administración del Estado, según lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 1º de la Ley 18.575. La cesión de derechos a terceros deberá contemplar como condición la estricta sujeción a las pautas de uso que en cada caso establezca **IMAGEN DE CHILE**, a las que también se sujetarán **DIRECON** e **IMAGEN DE CHILE** al hacer uso de las marcas comerciales y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO**. **IMAGEN DE CHILE** deberá hacer sus mayores esfuerzos por difundir ampliamente y promover el uso público de los resultados derivados de la ejecución del **PROYECTO**, debiendo en lo posible efectuar gratuitamente su cesión.

DÉCIMA: VIGENCIA Y SUSCRIPCIÓN DEL CONVENIO

El presente convenio empezará a regir a contar de la fecha de total tramitación de la resolución de **DIRECON** que lo apruebe y permanecerá vigente hasta el 30 de junio de 2020, o una vez cumplidas todas las obligaciones derivadas de la ejecución del presente convenio. No obstante lo indicado precedentemente, la transferencia de los recursos a que alude la Cláusula Primera de este instrumento sólo podrá realizarse hasta el 31 de diciembre de 2019.

Sin perjuicio de lo anterior, y al tenor de lo establecido en el artículo 13º inciso 2º de la Resolución N° 30, de 2015 de la Contraloría General de la República, las partes dejan constancia que -a modo de regularización y de manera excepcionalísima-, se podrán imputar como gastos del **PROYECTO**, aquellas actividades que a continuación se indican, las cuales tienen el carácter de imprescindibles para mantener la continuidad de la operación de **IMAGEN DE CHILE**, y que se hayan originado en el periodo que media entre la fecha de iniciación de las actividades previstas en el proyecto y la total tramitación de la resolución afecta que aprueba el presente convenio.

Las actividades de continuidad o buen servicio de **IMAGEN DE CHILE**, son las siguientes:

- a) **Gastos en personal:** incluye sueldos de los trabajadores de **IMAGEN DE CHILE** junto a sus respectivas cotizaciones previsionales, impuestos y pago de honorarios.
- b) **Tecnologías de la información:** incluye todos aquellos servicios de hardware y software que permitan asegurar la operación, tales como: arriendo de impresoras, equipos de escritorio y sus servicios asociados, enlaces a internet, telefonía y hosting (Rackspace), que constituyen servicios esenciales para la continuidad de las actividades de **IMAGEN DE CHILE**.
- c) **Administración y finanzas:** incluye pago de servicios básicos que permitan asegurar la continuidad operacional, tales como: electricidad, agua, servicio de aseo, arriendo de oficinas, gastos comunes, servicios de telefonía y asesoría contable. Estos contratos de prestación de servicios en ejecución son esenciales para la continuidad de las actividades de **IMAGEN DE CHILE**.

No obstante lo precisado anteriormente, en ningún caso los gastos originados en dicho periodo podrán exceder el 15% del valor total de la



transferencia a que se hace referencia en el punto **PRIMERO** del presente convenio.

DÉCIMA

PRIMERA: TERMINO ANTICIPADO

Sin perjuicio de lo señalado en la Cláusula Séptima de este instrumento, **DIRECON** podrá poner término anticipado al presente convenio si así lo ameritan razones presupuestarias o necesidades institucionales, las cuales serán calificadas por su Director General y comunicadas por escrito a **IMAGEN DE CHILE** con una anticipación mínima de 60 días a la fecha de término de actividades que se fije. En este evento, dentro de los 20 días corridos del mes siguiente a aquél en que se fije el término de actividades, **IMAGEN de CHILE** deberá hacer entrega de los respectivos informes finales, tanto técnicos como de rendición de gastos y restituir las cantidades que pudieren corresponder de conformidad con lo indicado en la Cláusula Cuarta literal c) incisos 3º y 4º del presente convenio.

Para efectos del párrafo anterior, las contrataciones que **IMAGEN DE CHILE** efectúe en el marco del presente convenio deberán contener estipulaciones que permitan ponerles término oportuno y sin costo ante el evento que **DIRECON** ponga término anticipado al presente convenio. Si excepcionalmente, por la naturaleza de una determinada contratación fuere indispensable su continuidad, previo a la suscripción del respectivo contrato deberá ello ser sometido a consideración de **DIRECON**, aportando los fundamentos que correspondan. **DIRECON** evaluará la procedencia de asumir eventualmente las obligaciones derivadas del respectivo contrato y se pronunciará por escrito aprobando o rechazando la solicitud.

DECIMA

SEGUNDA: SUCESORA LEGAL

Dejase constancia que, una vez suprimida la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, la sucesora de ésta en el presente convenio será la Dirección General de Promoción de Exportaciones, en virtud de lo establecido en el artículo 61 de la Ley Nº 21.080.

DÉCIMA

TERCERA: DOMICILIO

Para todos los efectos legales que se deriven del presente convenio, las partes fijan su domicilio en la ciudad y comuna de Santiago y se someten a la jurisdicción de sus Tribunales Ordinarios de Justicia.

Las partes suscriben el convenio en dos ejemplares de igual tenor, valor y fecha, quedando uno en poder de **DIRECON** y otro en poder de **IMAGEN DE CHILE**.

La personería de don Rodrigo Yáñez Benitez para representar a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, consta en el Decreto Supremo Nº 77 de 2018, del Ministerio de Relaciones Exteriores. La personería de doña Constanza Cea Sanchez, para representar a la Fundación **IMAGEN DE CHILE**, consta de Acta de Sesión Extraordinaria de Directorio de fecha 17 de octubre de 2018, reducida a escritura pública con fecha 17 de enero de 2019 ante la Notario Público de Santiago doña Myriam Amigo Arancibia, en relación con Acta de Sesión de Directorio de fecha 9 de agosto de 2016, reducida a escritura pública con fecha 10 de agosto del mismo año, ante el Notario Público de Santiago don Luis Latorre Marín, suplente de la titular doña Myriam Amigo Arancibia.

(Hay una firma)

RODRIGO YAÑEZ BENITEZ

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales



(Hay una firma)

CONSTANZA CEA SANCHEZ
Fundación Imagen de Chile

ANEXO

PROGRAMA DE TRABAJO 2019 Imagen de Chile

Datos del Proyecto	
Nombre del proyecto	Programa de trabajo 2019 - Imagen de Chile
Fecha de inicio	01 de abril de 2019
Fecha de término	31 de marzo de 2020

I. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Imagen de Chile es una fundación de derecho privado, sin fines de lucro, de duración indefinida, que tiene por misión promover la imagen país en el exterior, contribuyendo a su competitividad.

Lo anterior implica coordinar la labor de los principales sectores que construyen imagen como son: Cultura, Deporte, Exportaciones, Inversiones y Turismo, entre otros, generando alianzas con actores del sector público y privado que permiten alinear el mensaje en torno a Chile y lograr mayor impacto en las acciones de promoción.

Para avanzar en el posicionamiento favorable de Chile a nivel internacional, la institución implementa una estrategia que apunta a dar a conocer los atributos diferenciadores del país que son propios de su identidad.

Las labores son llevadas a cabo por un equipo multidisciplinario liderado por la Dirección Ejecutiva, cuyos lineamientos son definidos en conjunto con el Directorio público privado presidido por el Ministro de Relaciones Exteriores, Roberto Ampuero.

Cabe destacar que, desde la creación de Imagen de Chile en 2009, la imagen de Chile entendida como la Marca Chile ha evolucionado favorablemente. De acuerdo con el último índice Nation Brands, de la consultora Brand Finance, la Marca Chile está avaluada en US\$310 billones, situándose dentro de las 40 marcas países más valiosas del mundo. De hecho, entre 2010 y 2017 su valor prácticamente se ha triplicado al pasar de US\$106 billones a US\$310 billones.

Asimismo, según el ranking Nation Brands Index (NBI) de Gfk, que mide la percepción de la opinión pública mundial, se ha obtenido un incremento de 6 puntos porcentuales en los niveles de familiaridad en la ciudadanía china, un mercado priorizado, pasando de 15% a 21% entre 2015 y 2016.

Del mismo modo, en el estudio Tracking Latam, que considera la percepción de 11 naciones latinoamericanas, la proporción de quienes manifiestan una opinión favorable hacia el país pasó de 50% en 2013 a 60% de los consultados en 2017.

Estos avances dan cuenta de la importancia de seguir progresando en esta senda, focalizando aún más las acciones, capitalizando hitos de alta visibilidad e involucrando en ello a un segmento clave: los chilenos.

II. PLAN DE TRABAJO 2019

Para el año 2019, Imagen de Chile continuará ejecutando la estrategia de largo plazo delineada para generar un posicionamiento favorable de Chile a nivel internacional a través de la gestión la marca país.

Esto, orientando sus acciones en tres objetivos centrales:

1. Posicionar la Marca Chile en mercados prioritarios, los cuales se definirán de acuerdo con las prioridades que permitan articular al sector público y privado.
2. Involucrar y comprometer a los chilenos en la promoción de la marca país.
3. Posicionar y validar a Imagen de Chile como institución paraguas de la Marca Chile y como coordinador de las acciones que construyen imagen país.



Los distintos proyectos serán implementados en el marco de los siguientes componentes:

1. Campañas y activaciones: diseño y ejecución de acciones de alto impacto que resalten los atributos distintivos del país, favoreciendo su reputación.

- **Campañas internacionales:** que apunten a aumentar la familiaridad y favorabilidad de Chile, en base a atributos estratégicos del país vinculados a innovación, talento, capital humano y sustentabilidad.
- **Campaña de Marca Chile a nivel nacional:** que apunte a involucrar y comprometer a los chilenos en la promoción de la marca país y lograr una mayor validación institucional, potenciando los aspectos distintivos de nuestra identidad que son motivo de orgullo. La iniciativa contempla tanto acciones online como offline, con un fuerte foco en sumar la mirada desde las regiones. De este modo, se avanzará en empoderar a cada chileno como un activo embajador de la imagen país, lo cual es requisito fundamental para una estrategia exitosa en el extranjero.
- **Activaciones de alto impacto:** en el marco del año APEC, del Eclipse Solar, COP 25, coordinación con acciones de ProChile y otros eventos de alto impacto o de interés mediático, para transmitir un mensaje atractivo en torno al país, que comunique atributos positivos y diferenciadores, impactando positivamente nuestra reputación entre los líderes extranjeros que visitarán Chile durante el año.

2. Alianzas estratégicas: acuerdos de trabajo a largo plazo que permiten colaborar estratégicamente para ampliar la visibilidad de la marca país, dar contexto a la marca y apoyar el desarrollo de sectores estratégicos para la imagen país a través de un relato común sobre Chile.

3. Generación de contenidos y alineamiento de mensajes (relato): generación permanente de contenidos de alto alcance, con foco en audiencias locales y extranjeras.

4. Programa de uso de marca: programa que otorga la licencia para incorporar la marca país en diferentes soportes de promoción de un producto o servicio, con el fin de que éste destaque, tanto en el mercado nacional como en el extranjero, vinculándose a su lugar de origen y a los valores que lo distinguen, procurando llegar con mayor visibilidad a nuevas audiencias.

5. Plan de difusión y posicionamiento: acciones de difusión con prestigiosos medios nacionales e internacionales, incluidas plataformas digitales de alto alcance, lo cual incluye conferencias de prensa periódicas y viajes de prensa extranjera al país.

6. Marketing Digital: generación permanente de contenidos en comunidades digitales de alto alcance, con foco en audiencias locales y extranjeras. Incluye nuevas aplicaciones, campañas temáticas y concursos interactivos, así como un trabajo sostenido para aumentar el número de seguidores de nuestras redes sociales. En coordinación con entidades encargadas en la promoción de la Imagen País tales como ProChile, InvestChile, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de las Culturas y las Artes u otros asociados.

7. Embajadores de la Marca Chile: iniciativa que apunta a identificar y movilizar a chilenos destacados detrás de iniciativas que fomenten una percepción positiva sobre Chile entre el público internacional, de tal manera que estos sean activos constructores de la marca país.

8. Análisis de tendencias: diseño y monitoreo de la base de estudios de percepción, reputación y otros tipos de información que dan cuenta de la imagen de Chile en el mundo y de sus principales componentes para fortalecer y promocionar la marca país.

9. Trabajo interno: Acciones para robustecer el desempeño de la institución, fomentando el desarrollo de una cultura corporativa de carácter colaborativo con las otras instituciones constructoras de imagen país en pos de una estrategia común de posicionamiento de la imagen de Chile. Por otra parte, introducir criterios de eficiencia, resultados y optimización de recursos, de manera de potenciar el trabajo de posicionamiento de Chile en el ámbito internacional. Incluye talleres y capacitación para el equipo de Imagen de Chile, desarrollo de sistemas que permitan medir su desempeño y mesas de trabajo que permitan articular iniciativas de alto impacto a partir de estrategias inclusivas, consensuadas y colaborativas.

10. Gasto administrativo: gastos de operaciones y pago de remuneraciones.



MACRO – ACTIVIDADES 2019

Componente 1: Campañas y activaciones: Diseño y ejecución de acciones de alto impacto que resalten los atributos distintivos del país, particularmente en eventos de gran visibilidad, y que incluyen las siguientes líneas de trabajo:

- o Línea de Trabajo 1: Campañas internacionales.
- o Línea de Trabajo 2: Activaciones internacionales.
- o Línea de Trabajo 3: Conceptos, gráficas y ambientaciones internacionales.
- o Línea de Trabajo 4: Material audiovisual y fotográfico internacional.
- o Línea de Trabajo 5: Material promocional y eventos internacionales.
- o Línea de Trabajo 6: Campañas nacionales.
- o Línea de Trabajo 7: Activaciones nacionales.
- o Línea de Trabajo 8: Conceptos, gráficas y ambientaciones nacionales.
- o Línea de Trabajo 9: Material audiovisual y fotográfico nacional.
- o Línea de Trabajo 10: Material promocional y eventos nacionales.

Componente 2: Alianzas estratégicas: Alianzas con actores clave del sector público y privado que permiten colaborar estratégicamente con ellos para ampliar la visibilidad de la marca país, dar contexto a la marca y apoyar el desarrollo de sectores estratégicos para la imagen país a través de un relato común sobre Chile adaptado de acuerdo con el sector y mercado. Este componente incluye las siguientes líneas de trabajo:

- o Línea de Trabajo 11: Alianzas internacionales.
- o Línea de Trabajo 12: Relacionamiento y fidelización de socios estratégicos.



Componente 3: Generación de contenidos y alineamiento de mensajes: Generación permanente de contenidos de alto alcance, con foco en audiencias locales y extranjeras, a fin de alinear el mensaje en torno a Chile y posicionar, de manera más efectiva, sus elementos diferenciadores. Este componente incluye la siguiente línea de trabajo:

- o Línea de Trabajo 13: Generación de contenidos y alineamiento de mensajes.

Componente 4: Programa de uso de marca: Iniciativa que permite vincularnos con el sector privado a través del otorgamiento de la licencia para incorporar la marca país en diferentes soportes de promoción de un producto o servicio, con el fin que éste destaque, tanto en el mercado nacional como en el extranjero, vinculándose a su lugar de origen y a los valores que lo distinguen, procurando llegar con mayor visibilidad a nuevas audiencias, y que incluye las siguientes líneas de trabajo:

- o Línea de Trabajo 14: Incrementar la cobertura del programa.
- o Línea de Trabajo 15: Eficientar el proceso de postulación.
- o Línea de Trabajo 16: Fidelización de los usuarios del programa.

Componente 5: Plan de difusión y posicionamiento: Iniciativas de difusión con prestigiosos medios internacionales, medios nacionales además de plataformas digitales de alto alcance, lo cual incluye conferencias de prensa periódicas y viajes de prensa extranjera e influenciadores al país. Este componente incluye las siguientes líneas de trabajo:

- o Línea de Trabajo 17: Prensa internacional.
- o Línea de Trabajo 18: Fidelización de audiencias clave: prensa, directorio, socios estratégicos (abarca embajadas, consulados, oficinas comerciales), equipo interno.

Componente 6: Marketing digital: Generación permanente de contenidos en herramientas y comunidades digitales de alto alcance, con foco en audiencias locales y extranjeras, que incluye nuevas aplicaciones, campañas temáticas y concursos



interactivos, así como un trabajo sostenido para aumentar el público que sigue nuestras redes sociales, y que incluye las siguientes líneas de trabajo:

- o Línea de Trabajo 19: Generación de contenidos y gestión de comunidades digitales.
- o Línea de Trabajo 20: Generación de contenidos digitales (Toolkit).
- o Línea de Trabajo 21: Gestión de activos digitales y mejora continua.

Componente 7: Embajadores de la Marca Chile: Iniciativa que apunta a identificar y movilizar a chilenos destacados detrás de iniciativas que fomenten una percepción positiva sobre Chile frente al público internacional, de tal manera que éstos sean activos constructores de la marca país y que incluye las siguientes líneas de trabajo:

- o Línea de Trabajo 22: Difusión y crecimiento de la Red de Embajadores de la Marca Chile.
- o Línea de Trabajo 23: Apoyo a iniciativas de los miembros de la Red de Embajadores de la Marca Chile.

Componente 8: Análisis de tendencias: Diseño, implementación y monitoreo de la base de conocimientos y de información que den cuenta de la imagen de Chile en el mundo y de sus principales componentes para fortalecer y promocionar la marca país, y que incluye las siguientes líneas de trabajo:

- o Línea de Trabajo 24: Estudios de posicionamiento global.
- o Línea de Trabajo 25: Estudios nacionales.

Componente 9: Trabajo interno: Cambio de la cultura de trabajo interno al interior de la institución, de manera de definir un rol específico, orientar su trabajo a resultados y crear mecanismos para medir su estado de avance en función de objetivos planteados y consistentes con las prioridades y necesidades de los principales constructores de la imagen país, tanto del sector público como privado. Para ello se desarrollarán acciones que permitan preparar a la institución de cara a un nuevo ciclo de su gestión, con foco en la coordinación, alineamiento e integración con los principales actores y entidades, tanto públicas como privadas. Diseñar un plan de trabajo interno que permita desarrollar las competencias en materia de focalización, eficiencia, orientación a resultados y capacidad de trabajo en equipo en función de proyectos. Esto significa llevar a cabo un cambio en la cultura corporativa, de manera de agregar valor para nuestros stakeholders en todos los proyectos en que nos veamos involucrados, optimizando la estrategia de posicionamiento de Chile. Incluye estudios de evaluación institucional, workshops con stakeholders claves para definir foco y prioridades, definición de objetivos y creación de indicadores de avance en proyectos, además de talleres, capacitaciones y evaluaciones del equipo de Imagen de Chile.

- o Línea de Trabajo 26: Estrategia institucional, de marca y mecanismos de medición de resultados
- o Línea de Trabajo 27: Talleres, capacitaciones y gestión de personas.

Componente 10: Gasto administrativo: que tiene por objeto dirigir y controlar el cumplimiento de los registros contables, las políticas financieras, la ejecución presupuestaria y el control de gestión. Además de definir y controlar el cumplimiento de las políticas y procedimientos de recursos humanos junto con controlar los procesos de servicios generales. Las líneas de trabajo específicas son las siguientes:

- o Línea de Trabajo 28: Administración y finanzas.
- o Línea de Trabajo 29: Remuneraciones.
- o Línea de Trabajo 30: Asesorías legales.

Cada componente ejecutará las siguientes actividades, asociadas a las líneas de trabajo ya señaladas pudiendo ser necesaria la contratación de servicios externos para su realización. Cabe destacar que para todos los proyectos descritos la Fundación tendrá un rol coordinador y articulador de trabajo conjunto de los diversos actores involucrados en la promoción internacional de Chile y/o en la construcción de la imagen país, resguardando la presencia física, de conceptos, contenidos y relato de imagen país definidos por Imagen de Chile y procurando su consistencia a través de todas las acciones descritas.



Componente 1: Campañas y activaciones:	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 1: Campañas internacionales.			
Campañas permanentes de imagen país con foco digital, para promover atributos distintivos de Chile que favorecen su reputación, a fin de incrementar la familiaridad y favorabilidad de Chile en el extranjero.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$420.000.000
Línea de trabajo 2: Activaciones internacionales.			
Incrementar la familiaridad y favorabilidad de Chile en el extranjero mediante acciones que contribuyan a difundir atributos vinculados a innovación, talento, capital humano y sustentabilidad, mediante la participación en exhibiciones en centros de alta afluencia o la participación de figuras nacionales en seminarios o congresos de alto nivel. Implica un estrecho trabajo con las Embajadas en el exterior.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$60.000.000
Línea de trabajo 3: Conceptos, gráficas y ambientaciones internacionales.			
Desarrollo y gestión de contenidos comunicacionales, proyectos y elementos promocionales, gráficos y editoriales que agreguen valor a la imagen de Chile en el exterior. Asesoría comunicacional a socios, diseño y producción de conceptos y elementos comunicacionales (logos, impresos, material para eventos) para actividades de Chile en el exterior, propios o en asistencia compartida con aliados estratégicos. En 2019 se proyecta generar los nuevos lineamientos para la asistencia a Ferias Internacionales, que contribuyan a unificar la comunicación país en estas instancias, a fin de transmitir un mensaje coherente y consistente que fortalezca el posicionamiento de Chile en el extranjero. Además, se producirá la activación o ambientación con la temática fotográfica "Chile desde el cielo" en un lugar de amplia circulación de turistas o público de interés especial (diplomáticos, delegaciones comerciales o prensa internacional).	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$50.000.000
Línea de trabajo 4: Material audiovisual y fotográfico internacional.			
Generación de contenidos audiovisuales para sectores específicos, en instancias propias o de socios estratégicos de promoción internacional, a fin de garantizar presencia de Marca Chile, a partir de archivo y/o de nuevas producciones. Se consideran actividades como: gestión de archivo audiovisual, producción de piezas audiovisuales periódicas para redes sociales y plataformas digitales de Imagen de Chile, producciones audiovisuales Marca Chile - socios estratégicos, generación de música original y sonido (locuciones, efectos de sonido, masterización), producciones fotográficas, actualización de contenido de Banco de Imágenes.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$75.000.000
Línea de trabajo 5: Material promocional y eventos internacionales.			
Generación, mantención de stock, almacenamiento y distribución de material promocional. Este 2019 se priorizará la generación de merchandising masivo, a fin de promover Marca Chile en mayor número de actividades e instancias internacionales. Se proyecta trabajar en los lineamientos para un packaging genérico, que transmita identidad. Se comenzará el trabajo para	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$75.000.000



contar con una plataforma que permita chequear stock de merchandising online. Diseño, montaje y producción de eventos propios o en colaboración con socios, que comuniquen lineamientos de Marca Chile. Mantenición de material promocional, bodegaje, logística y envío de material, entre otros.			
Línea de trabajo 6: Campañas nacionales.			
Campaña ciudadana que promueva el orgullo y fomento el rol de anfitriones durante el año APEC y COP25. Considera soportes digitales y offline, en conjunto con colaboradores público - privados que realicen aportes valorados. El objetivo es involucrar y comprometer a los chilenos en la promoción de la marca país y lograr una mayor validación institucional, a fin de que todos seamos activos promotores del país.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$434.381.00 0
Línea de trabajo 7: Activaciones nacionales.			
Activaciones propias con foco en los extranjeros que estén de visita en las regiones de Chile en el marco de APEC, del Eclipse Solar, de COP 25 y de otros eventos de alto impacto o de interés mediático propuestos por entidades encargadas en la promoción de la Imagen País tales como ProChile, InvestChile, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de las Culturas y las Artes u otros asociados. Su objetivo es involucrar y comprometer a los chilenos en la promoción de la marca país, aumentar su sentimiento de orgullo nacional y darles un rol como embajadores de Chile ante las visitas, poniendo en valor y acercando a su bienestar la integración de Chile al mundo y su consecuente atracción de visitas internacionales. Todo esto para que perciban eventos como APEC y COP25 como una oportunidad y conquista para el país y para cada uno, y lograr una mayor validación institucional.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$150.000.00 0
Línea de trabajo 8: Conceptos, gráficas y ambientaciones nacionales.			
Desarrollo y gestión de contenidos comunicacionales, proyectos y elementos promocionales, gráficos y editoriales que agreguen valor a la Imagen de Chile en actividades y campañas nacionales. Asesoría comunicacional a socios, diseño y producción de conceptos y elementos comunicacionales (logos, impresos, material para eventos) para actividades nacionales, propias o en asistencia compartida con aliados estratégicos.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$50.000.000
Línea de trabajo 9: Material audiovisual y fotográfico nacional.			
Generación de contenidos audiovisuales para sectores específicos, en instancias propias o de socios estratégicos de promoción internacional, a fin de garantizar presencia de Marca Chile, a partir de archivo y/o de nuevas producciones. Se consideran actividades como la gestión del archivo audiovisual, producción de piezas audiovisuales de manera periódica para redes sociales y plataformas digitales de Imagen de Chile, producciones audiovisuales Marca Chile - socios estratégicos, generación de música original y sonido (locuciones, efectos de sonido, masterización), producciones fotográficas y actualización de contenido de Banco de Imágenes.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$75.000.000
Línea de trabajo 10: Material promocional y eventos nacionales.			
Generación, mantención de stock, almacenamiento y distribución de material promocional. Este 2019	01 abril	31 marzo	\$75.000.000



se priorizará la generación de merchandising masivo, a fin de promover Marca Chile en mayor número de actividades, entre ellas APEC, COP 25, entre otros. Se proyecta trabajar en los lineamientos para un packaging genérico, que transmita identidad. Se comenzará el trabajo para contar con una plataforma que permita chequear stock de merchandising online. Diseño, montaje y producción de eventos propios o en colaboración con socios, que comuniquen lineamientos de Marca Chile. Mantención de material promocional, bodegaje, logística y envío de material, entre otros.	2019	2020	
Total Campañas y activaciones			\$ 1.464.381.000

Componente 2: Alianzas estratégicas	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 11: Alianzas internacionales.			
Acciones y eventos de alto impacto que buscan fortalecer la imagen país, al mismo tiempo que socializan, difunden y orientan las acciones de otras instituciones relevantes para la construcción de imagen. Se consideran en este ítem: realización de encuentros anuales de socios estratégicos, seminarios de Nation Branding y participación en eventos internacionales de la Dirección Ejecutiva.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$ 70.000.000
Línea de trabajo 12: Relacionamiento y fidelización de socios estratégicos.			
Acciones y eventos de alto impacto que permiten visibilizar los atributos distintivos de Chile de acuerdo con las dimensiones de posicionamiento internacional, en coordinación estrecha y directa con los diferentes socios y sectores priorizados, considerando el levantamiento de recursos privados. Foco en atributos: innovación, creatividad, emprendimiento, superación, vanguardia, ciencia y tecnología, calidad exportadora, entre otros. Esta línea incluye actividades relativas a la realización del Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), a llevarse a cabo en Chile durante el año 2019.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$137.000.000
Total Alianzas estratégicas			\$ 207.000.000



Componente 3: Generación de contenidos y alineamiento de mensajes (Relatos)	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 13: Generación de contenidos y alineamiento de mensajes.			
Generación permanente de contenidos de alto alcance, con foco en audiencias locales y extranjeras que permitan alinear el mensaje en torno a Chile.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$51.000.000
Total Generación de contenidos y alineamiento de mensajes (Relatos)			\$51.000.000



Componente 4: Programa de uso de marca:	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 14: Incrementar la cobertura del programa.			
Aumentar el número de miembros del Programa, logrando mantener representatividad regional.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$10MM \$28.000.000
Línea de trabajo 15: Eficientar el proceso de postulación.			
Actualización y mantención de la plataforma online (CRM) que opera como portal para potenciales y actuales usuarios, facilitando el flujo de postulación, seguimiento de las solicitudes y mantención actualizada de la base de datos e información de usuarios.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$15.000.000
Línea de trabajo 16: Fidelización de los usuarios del programa.			
Vincularse de manera permanente con los usuarios del Programa, generando instancias de aprendizaje, comunicación e interacción entre ellos, como por ejemplo el Summit Marca Chile, Campaña valor de origen, Participación en encuentros como ENADE, talleres de capacitación, micro videos para difusión interna, además de entregar beneficios de valor para que los usuarios estén alineados a la Marca Chile.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$16MM \$130.000.000
Total Programa de uso de marca			\$173.000.000

1
28
15
130
173
10
15
16
41



Componente 5: Plan de difusión y posicionamiento	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 17: Prensa internacional.			
Estrategia de prensa internacional para posicionar los atributos distintivos de Chile ante audiencias del exterior, con foco en mercados priorizados, por medio de viajes de prensa extranjera e influenciadores a Chile, además de conferencias a corresponsales de medios internacionales instalados en el país. Lo anterior, velando por generar agendas conjuntas y complementarias con socios clave. Entre las actividades previstas se proyecta: Viajes de periodistas e influenciadores extranjeros a Chile, conferencias de prensa a corresponsales y el plan de fidelización con prensa internacional.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$166.000.000
Línea de trabajo 18: Fidelización de audiencias clave: prensa, directorio, socios estratégicos (abarca embajadas, consulados, oficinas comerciales), equipo interno.			
Estrategia de comunicación nacional que tiene como objetivo validar la Marca Chile, su gestión, contenidos y atributos ante la opinión pública, para generar identificación y comprometer a los chilenos con ella y posicionarla como un símbolo identitario y de orgullo nacional, para lo cual se trabajará activamente en la generación de contenidos e instancias que permitan alinear el mensaje en torno a Chile. Asimismo, permite mantener una comunicación sistemática con contrapartes en entidades que promueven imagen país. Entre las actividades previstas se proyecta: Plan de fidelización y difusión con prensa nacional, Plan de fidelización con colaboradores, Plan de fidelización con Directorio de Imagen de Chile, y Plan de	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$134.000.000



fidelización con socios estratégicos públicos y privados.			
Total Plan de difusión y posicionamiento			\$300.000.000

Componente 6: Marketing Digital	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 19: Generación de contenidos y gestión de comunidades digitales.			
Gestión de las comunidades digitales de Marca Chile, considerando contenidos que permitan potenciar la actual línea editorial con una estrategia diferenciada por cada red social. Su objetivo es incrementar la familiaridad y favorabilidad de Chile e involucrar y comprometer a los chilenos en la promoción de la marca país, validando al mismo tiempo la institución.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$100.000.000
Línea de trabajo 20: Generación de contenidos digitales (Toolkit).			
Mantener actualizada la plataforma Toolkit, incluye el desarrollo de nuevas secciones (programación y contenidos) que generen mayor visibilidad y número de descargas, además de la renovación de los activos actuales, entre otros. Su objetivo es involucrar y comprometer a los chilenos en la promoción de la marca país, alinear el relato en torno a Chile y lograr una mayor validación institucional.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$30.000.000
Línea de trabajo 21: Gestión de activos digitales y mejora continua.			
Gestión eficiente de nuestras bases de datos de stakeholders para segmentar y dar mayor sistematicidad a la comunicación. Asimismo, considera la mantención de sitios webs, herramientas, soluciones tecnológicas, aplicaciones móviles de la Marca Chile, entre otros, que faciliten la labor institucional. Su objetivo es incrementar la familiaridad y favorabilidad de Chile y, a la vez, involucrar y comprometer a los chilenos en la promoción de la marca país.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$25.000.000
Total Marketing Digital			\$155.000.000

Componente 7: Embajadores de la Marca Chile	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 22: Difusión y crecimiento de la Red de Embajadores de la Marca Chile.			
Aumentar el número de integrantes de la red de embajadores de la Marca Chile - a través de distintas instancias, como por ejemplo a través de programa ChileGlobal- priorizando mercados alineándonos a las instituciones que promueven imagen país en turismo, exportaciones, inversiones, educación y deporte, países APEC, ámbitos relacionados a COP 25, y destinos de Innovation Summit. Se pretende contar a través de ellos con una base fidelizada de chilenos que sean referentes internacionales y que puedan mostrar lo mejor de nuestro capital humano, actuando como representantes y promotores de la Marca Chile en el mundo, permitiendo aumentar el impacto de la marca en ambientes de alto nivel, entre líderes de opinión y espacios especializados.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$52.000.000



Se considerará para el programa embajadores a entidades encargadas en la promoción de la Imagen País tales como ProChile, InvestChile, Subsecretaría de Turismo, Ministerio de las Culturas y las Artes u otros asociados.			
Línea de trabajo 23: Apoyo a iniciativas de los miembros de la Red de Embajadores de la Marca Chile.			
El Programa busca apoyar proyectos que permitan posicionar ante audiencias extranjeras, por una parte, los atributos distintivos del país, ligados al talento, innovación, creatividad y profesionalismo, y por otra, el valor de su capital humano.	01 abril 2019	31 marzo 2020	33.000.000
Total Embajadores de la Marca Chile			\$ 85.000.000

Componente 8: Análisis de tendencias	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 24: Estudios de posicionamiento global.			
Se realizarán diversas modalidades de investigaciones que buscan medir la imagen de Chile en distintas audiencias internacionales, con foco en líderes de opinión y ciudadanía en mercados prioritarios por definir. Las principales variables que se medirán se relacionan a la familiaridad de Chile, su favorabilidad y su evaluación en distintas dimensiones del posicionamiento.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$ 42.000.000
Línea de trabajo 25: Estudios nacionales.			
Para definir una postura institucional respecto al tratamiento de diversos sectores y temáticas de interés internacional pero con foco nacional, se realizarán estudios y proyectos relacionados a la identidad nacional, en coordinación, cuando corresponda, con entidades del sector público o privado. También se considera estudios como el levantamiento de información en aeropuertos y puntos fronterizos.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$ 30.000.000
Total Análisis de tendencias			\$ 72.000.000

Componente 9: Trabajo interno	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 26: Estrategia institucional, de marca y mecanismos de medición de resultados.			
Revisión e implementación de la estrategia de la marca, junto con la definición de un sistema de medición de cumplimiento de objetivos con enfoque en resultados, desarrollo de una estrategia y plan comunicacional para el posicionamiento de Imagen de Chile, programa de talleres para la definición del foco del trabajo, implementación de una estructura que permita levantar fondos propios, talleres de planificación anual y evaluación anual de Imagen de Chile, entre otros.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$ 73.000.000
Línea de trabajo 27: Talleres, capacitaciones y gestión de personas.			
Promover actividades orientadas al desarrollo integral del capital humano de Imagen de Chile. Lo cual considera actividades como: talleres y capacitaciones para desarrollo de competencias y habilidades clave, selección de personal e	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$ 30.000.000



implementación de sistema de gestión del desempeño.			
Total Trabajo interno			\$ 103.000.000

Componente 10: Gasto administrativo	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Línea de trabajo 28: Administración y finanzas.			
Mantener el correcto y continuo funcionamiento institucional, cumplimiento de normas laborales y límites del convenio en curso, esto incluye todos los gastos de operaciones de Imagen de Chile.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$ 365.000.000
Línea de trabajo 29: Remuneraciones.			
Comprende el pago de remuneraciones del periodo abril 2019 hasta marzo 2020.	01 abril 2019	31 marzo 2020	\$1.066.986.000
Línea de trabajo 30: Asesorías legales.			
Apoyo legal para todos los procesos internos y externos en los que participe Imagen de Chile, lo cual incluye actividades como asesoría legal en derecho laboral, civil, propiedad intelectual, tributario, asesoría en implementación de donaciones culturales, asesoría en obtención del dominio chile.com, entre otros.	01 abril de 2019	31 marzo de 2020	\$38.000.000
Total Gasto administrativo			\$ 1.469.986.000

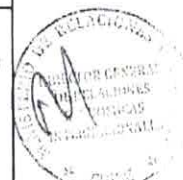


Metas

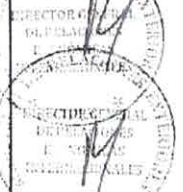
#	Línea de trabajo	Meta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de verificación
1	L1: Campañas internacionales	Generar 100.000 nuevos seguidores en redes sociales de la Marca Chile, residentes en los mercados de la campaña.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Nuevos seguidores en RRSS Marca Chile en mercados priorizados.
2	L2: Activaciones internacionales	Obtener tasa de familiaridad con Chile de al menos 50% , entre los visitantes a las activaciones.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Indicador de grado de familiaridad con Chile entre visitantes.
3	L3: Conceptos, gráficas y ambientaciones internacionales	Generación de lineamientos para asistencia a ferias internacionales.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Documento con los lineamientos.
	L4: Material audiovisual y fotográfico internacional y L9: Material audiovisual y	120 piezas audiovisuales para plataformas digitales y 30 nuevas piezas audiovisuales varias (incluye adaptaciones, traducciones, loops y videos nuevos). Producción de 300	01 abril 2019	31 marzo 2020	Publicación en plataformas digitales (incluye piezas nuevas traducciones). Fotos subidas a Banco de Imágenes.



	fotográfico nacional.	nuevas fotos de Chile de alto standard para ser utilizadas como insumos en APEC y para el trabajo con el sector privado. Levantamiento de recursos económicos en base a cesión de derechos de uso a terceros de material audiovisual y/o fotográfico.			
5	L5: Material promocional y eventos internacionales y L10: Material promocional y eventos nacionales.	Renovación y mantención de stock de merchandising masivo (al menos 5 elementos diferentes). Optimización de un 30% de espacio en bodega externa (revisión de material obsoleto o dañado). Levantamiento de recursos económicos en base a venta de material promocional.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Muestras de material producido. Informe de optimización de espacio en bodega.
6	L6: Campañas nacionales	Aumentar la tasa de conocimiento de la Marca Chile a 30% (grupo de control en eventos de la campaña o en brand-lift en Youtube o Google).	01 abril 2019	31 marzo 2020	Informes mensuales con estadísticas de publicaciones.
7	L7: Activaciones nacionales	Obtener tasa de familiaridad con Chile de al menos 70%, entre líderes de opinión que visiten Chile en el marco de APEC.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Tasa de familiaridad con Chile.
8	L8: Conceptos, gráficas y ambientaciones nacionales	Generación de 20 conceptos, o bajadas gráficas para transmisión de la experiencia Chile en el marco de APEC, campaña interna, el eclipse solar y para la vinculación con el sector privado y socios estratégicos, o diseños para ambientaciones en lugares de amplia circulación de turistas o público de interés especial (diplomáticos, delegaciones internacionales, prensa internacional).	01 abril 2019	31 marzo 2020	Informe con los conceptos y las activaciones realizadas.
9	L11: Alianzas internacionales	65% de nivel de satisfacción en colaboraciones que apoyen el posicionamiento de la marca.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Encuesta de satisfacción entre asistentes.



10	L12: Relacionamiento y fidelización de socios estratégicos	Incrementar en un 20% el aporte de recursos frescos o valorizados al menos en el marco de APEC, campaña interna y vinculación con el sector privado.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Listado de los socios estratégicos con el % de aportes frescos o valorizados.
11	L13: Generación de contenidos y alineamiento de mensajes.	Generación de al menos un nuevo relato de la Marca Chile	01 abril 2019	31 marzo 2020	Documento que contenga relato realizado
12	L14 Incrementar la cobertura del programa; L15: Eficientar el proceso de postulación. y L16: Fidelización de los usuarios del programa.	150 nuevos usuarios de la Marca Chile, donde al menos 20 sean grandes empresas con presencia internacional que garanticen una efectiva vinculación con el sector privado y difusión de la Marca Chile a nivel internacional.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Lista de usuarios del Programa de Uso de Marca.
13	L17: Prensa internacional	Obtener 950 publicaciones anuales en medios y plataformas extranjeras que releven los atributos distintivos de Chile tomando como base las prioridades APEC, además de generar agendas conjuntas de viaje con al menos 3 entidades públicas.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Informes mensuales con estadísticas de publicaciones e informes de iniciativas conjuntas realizadas.
14	L18: Fidelización de audiencias clave: prensa, directorio, socios estratégicos (abarca embajadas, consulados, oficinas comerciales), equipo interno.	Obtener al menos 575 publicaciones anuales en medios de prensa nacional y regional de alto alcance además de plataformas digitales, que respalden la ejecución de la campaña interna y los hitos en torno a APEC.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Informes mensuales con estadísticas de publicaciones.
15	L19: Generación de contenidos y gestión de comunidades digitales	Diferenciación de mensajes por audiencia que permita incrementar los seguidores de Marca Chile a 4 millones .	01 abril 2019	31 marzo 2020	Nº de seguidores de redes sociales de Marca Chile.
16	L20: Generación de contenidos digitales	Aumentar las descargas anuales del Toolkit Marca Chile en un 50% .	01 abril 2019	31 marzo 2020	Reporte con el número de descargas.



	(Toolkit)				
17	L21: Gestión de activos digitales y mejora continua	Incremento de un 10% de las descargas totales de las APPs Marca Chile reforzando su uso en la campaña interna y en las activaciones en torno a APEC.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Nº de descargas totales APPs Marca Chile.
18	L22: Difusión y crecimiento de la Red de Embajadores de la Marca Chile y L23: Apoyo a iniciativas de los miembros de la Red de Embajadores de la Marca Chile.	Realización de al menos 3 actividades en el extranjero con un rol activo de los miembros de esta línea de trabajo en los cuales participe al menos un 60% de audiencia internacional.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Informe de las actividades realizadas y listado de asistentes indicando su nacionalidad.
19	L24: Estudios de Posicionamiento Global	Realización de 2 estudios que permitan vincularnos al sector privado. Incorporación de al menos 2 empresas privadas que cofinancien los estudios (una para cada estudio).	01 abril 2019	31 marzo 2020	Informe de los estudios realizados. Detalle de las empresas que cofinancian los estudios.
20	L25: Estudios nacionales	Incorporación de un socio estratégico que cofinancie el estudio temático.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Detalle del socio estratégico que cofinancie el estudio.
21	L26: Estrategia institucional, de marca y mecanismos de medición de resultados	Implementación de indicadores que midan estado de avance de objetivos vinculados, entre otros, a la coordinación intersectorial pública y privada, aporte de valor a socios, eficiencia en el uso de recursos, impacto y alcance de acciones de difusión, nivel de conocimiento institucional y % de recursos privados levantados a través de esta estrategia.	01 abril 2019	31 marzo 2020	Avance de la carta Gantt del proyecto. Listado de fondos privados levantados.
22	L27: Talleres, capacitaciones y gestión de personas.	Realizar al menos 2 capacitaciones o talleres	01 abril 2019	31 marzo 2020	Listado de las capacitaciones y/o talleres realizados con el listado de asistentes
23	L28: Administración y Finanzas	Implementar un Dashboard de indicadores operaciones	01 abril 2019	31 marzo 2020	Evidencia de informe implementado.



		de interés relacionados con los Proveedores.			
24	L29: Remuneraciones	Realizar el pago de remuneraciones, cotizaciones previsionales e impuestos en los plazos establecidos	01 abril 2019	31 marzo 2020	Listado con la fecha de pago de remuneraciones, cotizaciones previsionales e impuestos
25	L30: Asesorías legales	Regularizar la inscripción del 70% de las obras de relevancia para Imagen de Chile	01 abril 2019	31 marzo 2020	Listado de las obras inscritas a nombre de Imagen de Chile.



PROYECTO
PROGRAMA DE TRABAJO
IMAGEN DE CHILE 2019

PROPONENTE:	FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE
AÑO CONVENIO:	2019

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO IMAGEN DE CHILE 2019

1. Campañas y activaciones	\$ 1.464.381.000
2. Alianzas estratégicas	\$ 207.000.000
3. Generación de contenidos y alineamiento de mensajes (Relatos)	\$ 51.000.000
4. Programa de uso de Marca	\$ 173.000.000
5. Plan de difusión y posicionamiento	\$ 300.000.000
6. Marketing Digital	\$ 155.000.000
7. Embajadores de la Marca Chile	\$ 85.000.000
8. Análisis de tendencias	\$ 72.000.000
9. Trabajo interno	\$ 103.000.000
10. Gasto administrativos	\$ 1.469.986.000
Total Proyecto	\$ 4.080.367.000

(Hay una firma)
RODRIGO YAÑEZ BENITEZ
Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

(Hay una firma)
CONSTANZA CEA SANCHEZ
Fundación Imagen de Chile

II. IMPÚTESE el gasto a la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, correspondiente al presupuesto en moneda nacional de DIRECON vigente para el año 2019.

III. NOTIFÍQUESE la presente resolución, por la Dirección de Promoción de Exportaciones, a la FUNDACIÓN, haciéndole entrega de copia íntegra de ella.



IV. PUBLÍQUESE, una vez tramitada la presente resolución, en el portal web de Gobierno Transparente de este Servicio, a objeto de dar cumplimiento a lo previsto en el literal g) del artículo 7º de la Ley Nº 20.285 sobre Acceso a la Información Pública y en el artículo Nº 51 de su Reglamento. Asimismo, y en cumplimiento de la Ley Nº 19.628 sobre Protección de la Vida Privada, omitanse, los datos personales que contenga esta resolución para el sólo efecto de su publicación en el sitio electrónico de Gobierno Transparente.

ANÓTESE, TÓMESE RAZÓN, COMUNÍQUESE, NOTIFÍQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE



RODRIGO YAÑEZ BENITEZ

Director General

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales



FGV / AVM

Distribución:

1. Fundación Imagen de Chile
2. Dirección General
3. Director de Promoción de Exportaciones
4. Departamento Administrativo
5. Departamento Jurídico.
6. presupuesto@direcon.gob.cl
7. Subdepartamento Atención Ciudadana y Transparencia (L. Fuentealba).
8. Archivo.

