

REPUBLICA DE CHILE

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

DIRECCION GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES

DIRECCION OF. DE PARTES  
003211. 07. 04. 2015

CONTRALORIA GENERAL OFICINA GENERAL DE PARTES  
26 MAR 2015

CONTRALORIA GENERAL OFICINA GENERAL DE PARTES  
11 MAR 2015

DIVISION JURIDICA COMITE 3  
CE 13.3 AS  
JEFE  
1 MAR 2015

MINISTERIO DE HACIENDA OFICINA DE PARTES  
RECIBIDO  
JEFE  
2 MAR 2015

SANTIAGO, 4 de febrero de 2015

**RESOLUCIÓN AFECTA N° 0021**

**MATERIA:** Aprueba convenio entre Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales y Fundación Imagen de Chile.

**VISTOS:** La Ley N° 20.798; el Decreto con Fuerza de Ley del Ministerio de Relaciones Exteriores N° 53, de 1979; el Decreto Supremo N° 41, de 2014, del Ministerio de Relaciones Exteriores; la Resolución Exenta de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales N° P-227, de 2015; y la Resolución N° 1600, de 2008, de la Contraloría General de la República.

**CONSIDERANDO:**

1. 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.
2. Que la Fundación Imagen de Chile, en adelante la "FUNDACION", 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 ambas entidades suscribieron, con fecha 28 de enero de 2015, un convenio en cumplimiento de lo establecido en la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtítulo 24 Ítem 01, Asignación 003 y Glosa 05 respectiva, de la Ley N° 20.798, de Presupuestos del Sector Público para el año 2015, que contempla una transferencia de recursos desde la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales a la

<b>CONTRALORIA GENERAL TOMA DE RAZON</b>	
RECEPCION	6 FEB 2015
DEPART. JURIDICO	9 FEB 2015
DEP. T.R. Y REGISTRO	
DEPART. CONTABIL.	
SUB. DEP. C. CENTRAL	
SUB. DEP. E. CUENTAS	
SUB. DEP. C.P.Y. BIENES NAC.	
<b>TOMADO RAZON</b>	
DEPART. AUDITORIA	2 ABR 2015
DEPART. V.O.P. U. Y T.	Contralor General de la República
SUB DEP. MUNICIPAL	
REFRENDACION	
REF. POR \$	
IMPUTAC.	
ANOT. POR \$	
IMPUTAC.	
DEDUC. DTO.	



RETIRADO SIN TRAMITAR  
FECHA: 5 MAR 2015  
CON OFICIO N° 1919

RETIRADO SIN TRAMITAR  
FECHA: 25 MAR 2015  
CON OFICIO N° 1 2257

Fundación Imagen de Chile, por la suma de \$3.108.891.000 (tres mil ciento ocho millones ochocientos noventa y un mil pesos).

## RESUELVO:

**I.- APRUÉBASE** el Convenio celebrado con fecha 28 de enero de 2015, entre la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales y la Fundación Imagen de Chile, cuyas cláusulas son las siguientes:

### CONVENIO

#### DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

Y

#### FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

En Santiago, Chile, a 29 de enero de 2015, 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 **ANDRÉS REBOLLEDO SMITMANS**, chileno, [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] 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 doña **MYRIAM GÓMEZ INOSTROZA**, chilena, [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] domiciliada en Monjitas N° 392, oficina 1502, comuna y ciudad de Santiago, en adelante **LA FUNDACIÓN**, 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 **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.
3. Que en este contexto, la Ley N°20.798, de Presupuestos del Sector Público para el año 2015, en la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, contempla una transferencia de recursos de **DIRECON** a **LA FUNDACIÓN**, por la suma de \$3.108.891.000 (tres mil ciento ocho millones ochocientos noventa y un mil pesos) y una glosa 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 \$944.364.000.- (novecientos cuarenta y cuatro millones trescientos sesenta y cuatro mil pesos) para gastos en personal. Asimismo, señala que **DIRECON** deberá publicar el convenio en su página web y que **LA FUNDACIÓN** 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-227, de 29 de enero de 2015, **DIRECON** aprobó el proyecto N° 1528000



denominado "PROGRAMA DE TRABAJO 2015 – FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE", en adelante el **PROYECTO**, por un total de \$ 3.108.891.000 (tres mil ciento ocho millones ochocientos noventa y un mil pesos), el cual será ejecutado por **LA FUNDACIÓN**, en los términos definidos tanto en él como en las cláusulas siguientes.

5. Que corresponde transferir esos recursos a **LA FUNDACIÓN** 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.
6. Que como resultado de la auditoría integral aleatoria efectuada por la Contraloría General de la República en su Informe Final N° 22, de 1 de octubre de 2013, el órgano contralor ordenó a esta Dirección General requerir a la Fundación Imagen de Chile el reintegro de los gastos efectuados por concepto de pago de indemnización voluntaria del entonces Director de Asuntos Internacionales de esa fundación; y, endoso de boleta de garantía relacionada al Proyecto N° 1056600, denominado "Diseño y Estandarización del Sistema de Exposición en Ferias Internacionales", por las cantidades de \$3.920.791.- (tres millones novecientos veinte mil setecientos noventa y uno) y \$385.866.- (trescientos ochenta y cinco mil ochocientos sesenta y seis), respectivamente.
7. Que, asimismo, como resultado del estudio de la rendición de cuentas que **LA FUNDACIÓN** presentó a **DIRECON**, vinculada a la ejecución del Proyecto N° 1270400 denominado "PROGRAMA DE TRABAJO 2012 – FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE", **LA FUNDACIÓN** mantiene pendiente la obligación de reintegrar al Servicio de Asesoría Jurídica de la Contraloría General de la República la cantidad de \$5.833.784.- (cinco millones ochocientos treinta y tres mil setecientos ochenta y cuatro pesos), correspondiente al saldo no rendido por **LA FUNDACIÓN**.
8. Que, habiendo **DIRECON** solicitado el reintegro de los montos indicados en los considerandos 6 y 7 precedentes, **LA FUNDACIÓN** ha manifestado que requerirá un nuevo pronunciamiento ante la Contraloría General de la República sobre la materia.
9. Que la circunstancia de que **LA FUNDACIÓN** no hubiere restituido los aportes no ejecutados correspondientes a periodos anteriores, no es motivo previsto en el ordenamiento jurídico para que **DIRECON** no realice la transferencia prevista en la Ley de Presupuestos del Sector Público para el año 2015.



#### **PRIMERA: COSTOS DE EJECUCIÓN Y TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS**

En cumplimiento de lo expresado precedentemente, **DIRECON** transferirá a **LA FUNDACIÓN** hasta la cantidad de \$3.108.891.000 (tres mil ciento ocho millones ochocientos noventa y un mil pesos), monto correspondiente al costo total de ejecución de las actividades que **LA FUNDACIÓN** llevará a cabo en el marco del **PROYECTO**, el cual se anexa al presente convenio.

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

1. La primera cuota, ascendente a \$1.554.445.500.- (mil quinientos cincuenta y cuatro millones cuatrocientos cuarenta y cinco 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 \$1.554.445.500.- (mil quinientos cincuenta y cuatro millones cuatrocientos cuarenta y cinco mil quinientos pesos) será anticipada por **DIRECON** a **LA FUNDACIÓN** cuando ésta haya cumplido con la obligación de rendir cuenta al menos el 80% de los recursos anticipados en la primera cuota y se hayan cumplido las condiciones que se indican a continuación.



## CONDICIONES PARA LA TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS

Los recursos públicos se transferirán sólo una vez que se cumpla con la totalidad de las siguientes condiciones:

- a. Que **LA FUNDACIÓN** entregue las garantías que se especifican en la cláusula segunda de este instrumento.
- b. Que **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN** haya cumplido con la obligación de rendir cuenta de la inversión de los fondos ya concedidos, observando para ello lo establecido en la Resolución 759, de 2003, de la Contraloría General de la República. **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN**.
  - > 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 **LA FUNDACIÓN** 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.
- f. Que conforme lo dispone el artículo 59 de la Ley N° 19.728, **LA FUNDACIÓN** 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, **LA FUNDACIÓN** 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: GARANTÍA POR TRANSFERENCIA DE FONDOS PÚBLICOS Y CUMPLIMIENTO FIEL Y OPORTUNO DE LAS OBLIGACIONES DEL CONVENIO

### A. GARANTÍA POR TRANSFERENCIA PRIMERA CUOTA

Para garantizar la correcta utilización de los fondos públicos que se anticipan, así como el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones del convenio, **LA FUNDACIÓN** 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 N° 70.020.190-2, por la suma de \$1.554.445.500 (mil quinientos cincuenta y cuatro millones cuatrocientos cuarenta y cinco mil quinientos pesos) monto equivalente a la primera cuota de la transferencia, con fecha de vencimiento no anterior al 30 de agosto de 2015.

Si llegado el día 15 de agosto de 2015 **DIRECON** no hubiere aprobado el último informe tanto técnico como de la rendición de cuenta de los gastos asociados a la primera cuota, **LA FUNDACIÓN** dispondrá de un plazo de 10 días corridos 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 que **DIRECON** le indique. Si ello no ocurre, **DIRECON** hará efectiva la garantía original.



**DIRECON** devolverá esta garantía, dentro del plazo de **10** días hábiles siguientes, contados desde la fecha de la aprobación de la rendición de los correspondientes informes - tanto de contenido técnico como de la rendición de cuenta de los gastos - asociados a la primera cuota. Lo anterior estará sujeto a que **LA FUNDACIÓN** haya garantizado los eventuales saldos por rendir correspondientes a la primera cuota, a que se hace alusión en el literal siguiente.

#### **B. GARANTÍA POR TRANSFERENCIA SEGUNDA CUOTA**

Para garantizar la correcta utilización de los fondos públicos que se anticipan así como el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones del convenio, **LA FUNDACIÓN** entregará, previo a la transferencia de la segunda 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 N° 70.020.190-2, por la suma de \$1.554.445.500 (mil quinientos cincuenta y cuatro millones cuatrocientos cuarenta y cinco mil quinientos pesos) monto equivalente a la segunda cuota de la transferencia, más la cantidad correspondiente a los fondos pendientes por rendir correspondientes a la primera cuota, con fecha de vencimiento no anterior al 30 de Septiembre de 2016.

**DIRECON** devolverá esta garantía, dentro del plazo de 10 días hábiles siguientes, contados desde la fecha de la aprobación de la rendición de los correspondientes informes - tanto de contenido técnico como de rendición de cuenta de los gastos - asociados a la segunda cuota.

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

Será obligación de **LA FUNDACIÓN** 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**, **LA FUNDACIÓN** deberá tener en consideración las siguientes metas:

- I. Comprender y analizar en toda su complejidad los conceptos de identidad, imagen y marca país, además de estudiar la imagen que Chile proyecta en el exterior, así como diseñar y gestionar una estrategia de marca país para influir sobre las distintas dimensiones de su imagen en el mundo (inversiones e inmigración, exportaciones, gobernabilidad, cultura, turismo y personas).
- II. Apoyar directamente a los principales "constructores de imagen" y "socios estratégicos" con asesorías, material, estudios e información relevante para su quehacer comunicacional en el exterior, de manera que sea consistente con un diseño estratégico común que potencie la reputación de Chile en el exterior.
- III. Coordinar y optimizar el componente comunicacional de otros actores relevantes del país con presencia en el extranjero.
- IV. Generar acciones puntuales como campañas publicitarias, acciones digitales, culturales, de arte y otras, para aprovechar las coyunturas con el objetivo de visibilizar y activar la marca país.

Asimismo, en el marco de lo anterior, **LA FUNDACIÓN** deberá ejecutar las actividades contempladas en el **PROYECTO** que se incluye en el anexo de este convenio, relativas a las siguientes áreas:



- 1- Marketing Estratégico: Su tarea es buscar oportunidades, diseñar e implementar soluciones y proyectos estratégicos que contribuyan a posicionar la marca Chile en el mundo. Esto se complementa con las necesidades de nuestros socios estratégicos, tanto públicos como privados, incluyendo la red de talentos de chilenos en el mundo. El equipo de esta área lo conforman: Gestión Marca País, Diseño Creativo y Producción, ChileGlobal.
  - a. Gestión Marca País: Diseñar y ejecutar acciones y productos estratégicos que contribuyan a posicionar a Chile en el extranjero, velando por el desarrollo y la coherencia conceptual que se comunica, velando por el buen uso de la Marca (Licenciamiento).
  - b. Diseño Creativo y Producción: Planificar, desarrollar y gestionar el merchandising, proyectos gráficos, editoriales, presenciales y audiovisuales de **LA FUNDACIÓN** que agreguen valor a la imagen de Chile en el extranjero.
  - c. ChileGlobal: Gestionar la red de talentos de **LA FUNDACIÓN** Imagen de Chile que agrupa a profesionales, estudiantes de posgrado y empresarios chilenos o afines a Chile que residen en el extranjero y tienen interés por contribuir a la incorporación del país a la sociedad del conocimiento.
- 2- Comunicaciones: Esta área orienta sus esfuerzos a difundir, a través de distintas plataformas (medios tradicionales y digitales) las diversas iniciativas que apoya **LA FUNDACIÓN** y que contribuyen al posicionamiento de la Marca Chile, tanto a nivel nacional como internacional. Lo anterior, a través de un trabajo de gestión de prensa permanente con medios nacionales e internacionales y por medio de la generación de contenido en plataformas digitales.

Al mismo tiempo, monitorea la presencia de Chile en los medios de comunicación más relevantes del mundo, interpretando de manera sistemática sus resultados y haciendo entrega de estos a socios estratégicos previamente definidos. Este análisis le permite generar comunicaciones que potencian el posicionamiento estratégico de Chile, en coordinación con los principales constructores de imagen.

Junto con lo anterior, busca socializar entre los actores relevantes, la actual estrategia de marca país, con el fin de comprometer y generar una coordinación efectiva entre las instituciones y actores que promueven Chile en el exterior.
- 3- Estudios: Esta área se encarga de diseñar, implementar y actualizar la base de conocimientos que da cuenta de la imagen de Chile en los ámbitos de interés para el fortalecimiento y la promoción de ésta en el país y el extranjero, a través de la realización que estudios que contribuyan, con el soporte de información y conocimiento, al diseño, conceptualización, implementación y orientación de campañas y acciones de promoción de la imagen de Chile tanto en el país como en el extranjero.
- 4- Finanzas y Operaciones: Unidad encargada de proporcionar el soporte operacional, financiero, de recursos humanos, informáticos y legales a la actividad de **LA FUNDACIÓN**, además de realizar el control sobre el avance de los proyectos y actividades propuestas en el Plan de Acción.

#### **CUARTA: INFORMES Y MEMORIA FINAL**

**LA FUNDACIÓN** 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° 759, de 2003, de la Contraloría General de la



República, que "Fija Normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas", o de las resoluciones que la modifiquen o reemplacen, así como también al Manual de Rendición de Cuentas de Transferencias de Fondos No Concursables, aprobado por Resolución Exenta N° J-0048, de 2013 y a los formatos establecidos por **DIRECON**, o aquellos que los modifiquen o reemplacen, en lo que no sea contraria a la primera.



#### a) **INFORMES TÉCNICOS MENSUALES**

**LA FUNDACIÓN** 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 informe incluirá el periodo de regularización a que se refiere el inciso segundo de la cláusula décima de este instrumento.

**LA FUNDACIÓN** deberá incorporar en los informes mensuales de contenido técnico, a lo menos lo siguiente:

- a.1. La definición de las áreas programáticas del **PROYECTO** asociadas a las actividades ejecutadas durante el periodo pertinente.
- a.2. Una breve descripción de cada una de las actividades ejecutadas durante el periodo informado.

**DIRECON** dispondrá de 10 días corridos, a contar de su recepción, para aprobar u objetar los informes de contenido técnico. En caso de objeción, ésta será comunicada a **LA FUNDACIÓN**, informándole detalladamente los antecedentes que originan la discrepancia. **LA FUNDACIÓN** dispondrá de 5 días corridos, desde dicha comunicación, para aclarar la discrepancia. Recibida la aclaración de la discrepancia, o sin ella, **DIRECON** dispondrá de 5 días corridos 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 2016, 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.**

**LA FUNDACIÓN** 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 informe incluirá el periodo de regularización a que se refiere el inciso segundo de la cláusula décima de este instrumento.

**LA FUNDACIÓN** 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 Operaciones de **LA FUNDACIÓN** y las cartolas bancarias del periodo informado, incluyéndolas como documentación de respaldo.

En aquellos casos en que **LA FUNDACIÓN** 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 contemplar, al menos, las siguientes cláusulas:
  - Individualización de la persona que presta el servicio.
  - Mención expresa del objeto específico del contrato.
  - 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.

**DIRECON** dispondrá de 15 días corridos, 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 a **LA FUNDACIÓN**, informándole los antecedentes que originan la discrepancia. **LA FUNDACIÓN** dispondrá de 10 días corridos, contados desde dicha comunicación, para aclarar la discrepancia. Recepcionada la aclaración de la discrepancia, **DIRECON** dispondrá de 10 días corridos para aprobar o rechazar dicha rendición. En el evento que **LA FUNDACIÓN** no aclarare la discrepancia dentro del plazo dispuesto para ello, **DIRECON** rechazará la respectiva rendición de cuenta de gastos.

#### c) OTROS INFORMES.

Previo a la segunda cuota de la transferencia de recursos públicos, **LA FUNDACIÓN** 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 cuota de la transferencia de recursos.

**DIRECON** solicitará por escrito a **LA FUNDACIÓN** 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, **LA FUNDACIÓN** deberá reintegrar a **DIRECON** la diferencia resultante dentro de los 15 días corridos 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) MEMORIA FINAL

**LA FUNDACIÓN** deberá presentar, conjuntamente con la rendición de cuenta de los gastos finales asociados a la transferencia, una memoria final





que dé cuenta con el suficiente nivel de detalle, de toda la labor realizada y de los resultados obtenidos durante la ejecución del **PROYECTO**.

**QUINTA: OBLIGACIONES LABORALES**

Se deja expresa constancia que entre las partes no existe vínculo de subordinación o dependencia alguna, por lo cual **DIRECON** queda liberada de todo pago por prestaciones laborales, previsionales o de cualquiera otra naturaleza que **LA FUNDACIÓN** contraiga con trabajadores, subcontratistas y proveedores en el cumplimiento de este convenio. Por consiguiente, **DIRECON** será un tercero extraño a dicha relación y no tendrá responsabilidad, ni siquiera subsidiaria, por las prestaciones que **LA FUNDACIÓN** adeude.

**DIRECON** no se responsabiliza de la contratación del personal que efectúe **LA FUNDACIÓN** para la ejecución del **PROYECTO**, como, asimismo, del pago de sueldos, sobresueldos, cotizaciones, impuestos u otros, derivados de los contratos que al efecto se celebren, los que serán de cargo exclusivo de **LA FUNDACIÓN**.

**SEXTA: SEGUIMIENTO Y CONTROL**

**DIRECON** mantendrá un permanente seguimiento, control y aprobación de las acciones vinculadas a la ejecución del **PROYECTO**, lo cual hará mediante el análisis y evaluación de las actividades ejecutadas por **LA FUNDACIÓN**, pudiendo asimismo efectuar auditorías, entre las cuales una destinada a medir el impacto de las acciones desarrolladas y la pertinencia de los recursos invertidos. Para ello, **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN**, 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, y **LA FUNDACIÓN** designa como contraparte, a su Gerente de Finanzas y Operaciones, o quien lo reemplace.



**SÉPTIMA: SANCIONES**

Si ocurriere el evento a que se hace referencia en la Cláusula Segunda literal A) inciso segundo de este instrumento y **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN** y a **DIRECON**.

Respecto de las marcas comerciales, nombres de dominio y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO**, **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN**. Para estos efectos **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN** 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 **LA FUNDACIÓN**, a las que también se sujetarán **DIRECON** y **LA FUNDACIÓN** al hacer uso de las marcas comerciales y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO**. **LA FUNDACIÓN** 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 2016, 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 2015.

Sin perjuicio de lo anterior, las partes dejan constancia que a modo de regularización, se podrán imputar como gastos del **PROYECTO**, aquellas actividades de continuidad necesarias para el cumplimiento por parte de **LA FUNDACIÓN** de los objetivos del convenio para el periodo que media entre



la fecha de iniciación de las actividades previstas en el proyecto y la total tramitación de la resolución que aprueba el presente convenio. 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: 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 **LA FUNDACIÓN**.

La personería de don Andrés Rebolledo Smitmans, para representar a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, consta en el Decreto del Ministerio de Relaciones Exteriores N° 41, de 11 de marzo de 2014. La personería de doña Myriam Gómez Inostroza, para representar a Fundación Imagen de Chile, consta en Acta de Sesión de Directorio de fecha 10 de septiembre de 2014, reducida a escritura pública con 16 de septiembre del mismo año, en la Notaría Pública de Santiago de don Sergio Carmona Barrales, documentos que no se insertan por ser conocidos de las partes.

(Hay una firma) ANDRÉS REBOLLEDO SMITMANS / Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

(Hay una firma) MYRIAM GOMEZ INOSTROZA / Fundación Imagen de Chile

**ANEXO - PROYECTO - "PROGRAMA DE TRABAJO - FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE"**

**PROGRAMA DE TRABAJO 2015 - FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**

**DATOS DEL PROYECTO**

DATOS DEL PROYECTO	
Título	<b>PROGRAMA DE TRABAJO 2015 - FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE</b>
Fecha de Inicio	01 Enero de 2015
Fecha de Término	31 Marzo de 2016

**JUSTIFICACION DEL PROYECTO**

En junio de 2009 se creó la Fundación Imagen de Chile, la cual 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".

Durante el año 2015, se hace necesario el potenciar la imagen y la marca Chile, además de dar continuidad a las actividades de la Fundación Imagen de Chile, por lo cual se hace necesaria la definición del Plan de Trabajo que se expone a continuación, el cual considera entre otras, las siguientes actividades:

- Suministrar una estrategia de largo plazo que abarque y potencie el conjunto de la acción externa e interna del país, tanto en su dimensión pública como privada.
- Coordinar acciones con los demás organismos públicos y privados que son los principales constructores de la imagen de Chile en el exterior (Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Economía, CORFO, ProChile, AGCI, Sernatur, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, la Dirac y el Comité de Inversiones Extranjera, entre otros).



- Integrar el mundo público y el privado para que la proyección del país resulte más eficaz en un ámbito internacional competitivo.

Diseñar y gestionar una estrategia de marca país para influir sobre las distintas dimensiones de su imagen en el mundo, es la herramienta que las naciones tienen a su alcance —y que en nuestro país cumple la Fundación Imagen de Chile— para trabajar de manera sistemática en mejorar la evaluación que los distintos públicos hacen de nuestro país.

Pero para que una estrategia de marca sea exitosa debe partir por ser creíble para las distintas audiencias, además de coherente con la identidad de esa nación y con sus objetivos nacionales. Ello implica escoger ciertas diferencias o singularidades atractivas en la identidad de la nación y, luego, transmitir las con los énfasis adecuados a cada audiencia.

## PLAN DE TRABAJO 2015

En sus 5 años de existencia, la Fundación ha tenido la tarea de establecer un equipo de trabajo, instalar las bases conceptuales para la promoción de Chile, establecer redes de contactos y socios estratégicos, definir procesos administrativos, financieros, desarrollar aprendizaje en torno a esta disciplina reciente de las políticas públicas y respecto a todo aquello que constituye la puesta en marcha de esta institución.

Una de las principales conclusiones que la Fundación Imagen de Chile ha extraído de sus diversos estudios de percepción de años anteriores, es que si Chile quiere mejorar su reputación a nivel mundial, es necesario incrementar su visibilidad, ya que el país sigue siendo ampliamente desconocido para las audiencias internacionales. En indicadores de imagen país, como el Nation Brands Index por ejemplo, se comprueba reiteradamente que existe una correlación directa entre el conocimiento que tienen las personas sobre una determinada nación y la favorabilidad que le asignan.

Para que un país como Chile, que además está muy lejano a mercados estratégicos, pueda lograr una presencia significativa en un escenario altamente competitivo y globalizado, es fundamental fortalecer su proyección en el exterior. Es por eso que durante 2015, las labores de la Fundación apuntarán a conseguir un posicionamiento permanente y sistemático de la Marca Chile, definiendo para ese objetivo ciertos ejes estratégicos de trabajo.

El primero de ellos tiene relación con que la imagen país sea entendida como una política de Estado, transversal e inclusiva, donde existe tuición y jerarquía de la Marca Chile en los sectores clave de promoción internacional, como son cultura, deportes, exportaciones, inversiones, relaciones exteriores, turismo, entre otros.

El segundo, alude a la necesidad de alinear actores públicos y privados para hablar de Chile al mundo bajo un único mensaje, que represente diversos aspectos de nuestra identidad y del cual los habitantes del país se sientan parte. En este sentido, aumentar el compromiso ciudadano, profundizar el trabajo con socios estratégicos y abordar nuevas audiencias, aparecen como las principales directrices del accionar.

El tercer y último eje estratégico, reúne aquellas iniciativas que permiten abordar con mayor fuerza las audiencias internacionales. Esto, a través del trabajo con socios estratégicos, la difusión en medios internacionales, el reforzamiento de la comunicación en plataformas digitales y la presencia de la Marca Chile en aquellos eventos que concitan alto interés mundial y que, por tanto, constituyen una excelente vitrina para promover los atributos que han sido definidos en la estrategia de gestión de marca país.

La imagen país es un bien público y, como tal, cada chileno tiene responsabilidad en su fortalecimiento. Es por eso que este año, una de las grandes tareas de la institución es la implementación una campaña interna, que busca que los propios chilenos conozcan la estrategia de posicionamiento, la importancia de contar con una sólida imagen país y la responsabilidad que cada uno tiene a la hora de la proyectar Chile al exterior. Es fundamental socializar la necesidad de que los diversos sectores trabajen coordinados para mejorar la imagen internacional de Chile. Obtener buenos resultados en esta misión, redundará en beneficios para todo el país, ya que la forma en que una nación es percibida, puede significar una diferencia crítica en el éxito de sus negocios, comercio y turismo, así como en sus relaciones diplomáticas y culturales.



Así, para avanzar en su rol de articulador de la imagen de Chile, la Fundación trabajará durante este año, principalmente, en las siguientes líneas:

1. Estudiar y comprender en toda su complejidad la imagen que nuestro país proyecta en el exterior.
2. Conceptualizar la mejor forma de representar nuestra realidad hacia el exterior, sustentando sobre esos conceptos un diseño estratégico para la promoción de los intereses de Chile.
3. Apoyar directamente a los principales 'constructores de imagen país' con asesorías, material, estudios e información relevante para su quehacer comunicacional en el exterior, de manera que éste sea consistente con la estrategia definida.
4. Lograr que los chilenos se identifiquen con la estrategia de gestión de Marca País, haciéndolos parte de la proyección internacional y fortaleciendo al mismo tiempo la identidad nacional.
5. Generar acciones puntuales como campañas publicitarias, iniciativas digitales, culturales, de arte y otras, para aprovechar coyunturas estratégicas para la visibilidad y reputación de Chile.

Estos ejes de acción orientarán las actividades de cada área de la Fundación, que se han consignado en el Plan General de Trabajo 2015. Sin embargo, es fundamental considerar que toda estrategia debe ser objeto de constante revisión en virtud del contexto. Por esto, la labor de la Fundación debe poder adaptarse a eventuales oportunidades o cambios de escenarios, lo cual podría requerir reasignar los recursos que se especifican dentro de las macro actividades señaladas en el Plan de Acción.

## MACRO – ACTIVIDADES 2015

### MARKETING ESTRATÉGICO

#### Descripción

Su tarea es buscar oportunidades, diseñar e implementar soluciones y proyectos estratégicos que contribuyan a posicionar la marca Chile dentro del país y en el mundo. Esto se complementa con las necesidades de nuestros socios estratégicos, tanto públicos como privados, incluyendo la red de talentos de chilenos en el mundo. El equipo de esta área lo conforman: Gestión Marca País, Diseño Creativo y Producción, ChileGlobal.

Sus áreas y actividades relacionadas son las siguientes:

- a. **Gestión Marca País:** Diseñar y ejecutar acciones y productos estratégicos que contribuyan a posicionar a Chile en el extranjero, velando por el desarrollo y la coherencia conceptual que se comunica, y el buen uso de la Marca.

Marketing Estratégico	Fecha Inicio	Fecha Término	Monto
<b>Gestión de Marca</b>			
<b>Campañas y Acciones de Posicionamiento</b>			
<b>1. Lanzamiento de Marca Chile:</b> busca sensibilizar a la sociedad civil de su rol de constructor de imagen; incentivar el compromiso de actores claves del ámbito público y privado, de modo que utilicen la Marca; posicionar a la Fundación Imagen de Chile como la institución que promociona y gestiona la Marca Chile. Incluye campaña y plan de medios.	01-ene-15	30-jun-15	\$ 446.000.000
<b>2. Licenciamiento de Marca:</b> Establecimiento de la estrategia, requisitos y administración del uso de la Marca Chile, cuando sea utilizada por organismos públicos y/o privados. Se trabajará entre otras, en las siguientes actividades: I. Benchmark II. Asesoría Legal	01-ene-15	30-jun-15	



iii. Definición normativas  
iv. Publicación web

Marketing Estratégico			
Gestión de Marca	Fecha Inicio	Fecha Término	Monto
<b>Asesorías, auspicios y patrocinios Eventos Priorizados</b>			
<p><b>1. Gestionar la participación en eventos y actividades de relevancia para el posicionamiento de Chile.</b>  <b>Aprovechamiento de hitos de visibilidad y alto impacto.</b>  <b>Algunas actividades consideradas son:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expo Milán</li> <li>- Copa América 2015</li> <li>- Mundial Sub 17 2015</li> <li>- Feria VYVA</li> <li>- Sol D'oro</li> <li>- PMA Trade Fruits</li> <li>- Entre otras</li> </ul>	01-ene-15	31-mar-16	\$ 125.800.000

Marketing Estratégico			
Gestión de Marca	Fecha Inicio	Fecha Término	Monto
<b>Asesorías, auspicios y patrocinios Socios Estratégicos</b>			
<p><b>Para dar cumplimiento al trabajo con los Socios Estratégicos se realizarán las siguientes actividades:</b></p> <p>i. Monitoreo y colaboración permanente con la uniformidad conceptual y gráfica de herramientas de promoción de nuestros Socios Estratégicos.  ii. Asesoría y seguimiento en el proceso de "readecuación" de la marca de los Socios y nuevos lineamientos (Arquitectura de Marca, generación de atributos y relatos sectoriales).  iii. Profundizar la implementación del posicionamiento de Chile en sectores públicos y privados no abordados (Corfo, AGCI, Marcas Sectoriales, etc.).</p> <p><b>Considerando las siguientes particularidades:</b></p> <p><b>Cancillería:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Apoyo a la gestión estratégica de áreas, actividades y/o temas priorizados.</li> <li>* Apoyo en activación al evento "ONU Mujeres"</li> </ul> <p><b>Turismo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Amplificar la comunicación con nuevas áreas no tradicionales con gran potencial replicador, como "Turismo de Reuniones/ Negocios". Agregar valor para reforzar las postulaciones de Chile como sede de congresos internacionales de alto poder adquisitivos (área médica, minería, agroindustria, cultura)</li> <li>* Profundizar la implementación del posicionamiento de Chile a actividades y campañas de Turismo interno</li> <li>* Rentabilizar el capital creado por Sernatur con "Chile es Tuyo".</li> <li>* Fortalecer y profundizar la relación interinstitucional (Turismo – ProChile – CE y FICH)</li> <li>* Prospección y mapeo de actividades o hitos priorizados de impacto</li> </ul> <p><b>ProChile:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Coordinación de acciones en ferias y eventos internacionales y asesoría metodológica y de marca Chile a programa Marcas Sectoriales.</li> </ul> <p><b>Comité de Inversiones Extranjeras (CIE):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Monitoreo y colaboración permanente con la uniformidad conceptual y gráfica de sus herramientas de promoción de CIE (nueva folletería)</li> <li>* Asesoría y seguimiento en el proceso de "readecuación" de la marca CIE y nuevos lineamientos.</li> </ul> <p><b>Corfo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Apoyar proceso de posicionamiento de Chile como centro de Innovación a nivel Latinoamericano.</li> <li>* Desarrollar Plan de Colaboración Activo</li> </ul> <p><b>Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Asesorar de acuerdo a lo que se defina en el proyecto de Economía Creativa</li> </ul> <p><b>Ministerio del Deporte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Asesoría y apoyo para visibilización del deporte y los deportistas nacionales en eventos con foco internacional. Trabajo en torno a embajadores de marca.</li> </ul>	01-ene-15	30-mar-16	\$90.000.000



<b>AGCI</b> • Establecer alianza de colaboración y desarrollar plan de colaboración <b>Marcas Sectoriales</b> • Establecer alianza y desarrollar plan de colaboración con las marcas: Wines, Salmón, Fruits y Cinema/Shoots.			
---	--	--	--

<b>TOTAL GESTIÓN DE MARCA</b>	<b>\$ 661.800.000</b>
-------------------------------	-----------------------

- a. **Diseño Creativo y Producción:** Planificar, desarrollar y gestionar merchandising, proyectos gráficos, editoriales y audiovisuales de la Fundación que agreguen valor a la imagen de Chile en el extranjero. Además, proponer, coordinar y supervisar la producción de eventos y materiales requeridos para la realización de actividades.

Marketing Estratégico Diseño y Producción Elementos Audiovisuales y Editoriales	Fecha Inicio	Fecha Término	Monto
<b>1. Videos, fotos y libros</b> - Poner a disposición de eventos de alta visibilidad (Copa América, Expo Milán, Mundial Sub17, Panamericanos de Toronto, etc.) el material audiovisual de la Fundación. - Generar piezas funcionales a objetivos de comunicación del posicionamiento de Chile en el extranjero. - Vincular con medios y canales de televisión chilena y extranjera, abierta y por cable, para difusión de proyectos audiovisuales realizados por FICH. - Mejora continua del banco de imágenes (administración, gestión, poblamiento y difusión del banco de imágenes). - Desarrollar un plan de trabajo en la línea editorial. <b>2. Administración Material Audiovisual</b>	01-ene-15	31-mar-16	\$ 172.800.000

Marketing Estratégico Diseño y Producción Elementos Gráficos y Activaciones	Fecha Inicio	Fecha Término	Monto
<b>1. Generación de mensajes y relatos</b> Luego de definidos la Estrategia y Manuales de Marca, los próximos pasos que corresponden son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar mensajes y relatos por público objetivo</li> <li>• Generar apropiación de la marca y custodiar el buen uso de ella por parte de todos los Socios Estratégicos (Brand engagement)</li> </ul> <b>2. Arquitectura de Marca</b> Se estructura y especifica el tipo, número, relación y propósito de las marcas dentro de un orden global, generando valor dentro de la identidad nacional.	01-ene-15	31-mar-16	\$ 84.800.000
<b>3. Ampliación de la font "Chilena"</b> Desarrollar variantes para la tipografía: versiones condensadas, cursivas, y pictogramas a fin de complementar y enriquecer la font generada para la marca Chile			
<b>4. Activaciones ciudadanas que apoyen Lanzamiento de Marca</b> Generar activaciones en espacios públicos de alta visibilidad y tránsito, a fin de transmitir mediante ellas, valores y características de la marca (variedad, cercanía, bienestar, etc.)			



<p><b>5. Diseño de oficinas: mobiliario, ambientación y decoración</b></p> <p>Desarrollo de guía que establezca las normativas de diseño y materialidad para los diferentes tipos de oficinas y delegaciones chilenas. Esta guía será genérica a fin de ofrecer que los contenidos y recomendaciones puedan ser aplicados a diferentes situaciones. Generar listado de materiales, y de ítems como gastronomía, vajilla, música, etc.</p> <p><b>6. Asesorías e implementaciones en diseño</b></p>	
---	--

Marketing Estratégico Diseño y Producción Merchandising	Fecha Inicio	Fecha Término	Monto
1. Desarrollo de nuevo material para reemplazo de cuadernos de madera y block Chile masivo ( 4 colores) 2. Mantención de stock de elementos de línea (lapicera cobre, lápiz madera y block Chile) 3. Desarrollo de material masivo 4. Regalo gastronómico (nuevas cajas de sales, condimentos, manjar, etc.) 5. Proyecto desarrollo de material artesanal 6. Proyecto Vino de Chile 7. Embalaje Atlas Vivo y actualización de DVD de Chile 8. Apoyo a campaña socios (DICOEX) 9. Bodegaje y envío de merchandising	01-ene-15	31-mar-16	\$220.000.000

<b>TOTAL DISEÑO Y PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 477.600.000</b>
----------------------------------	-----------------------

- b. **ChileGlobal:** Gestionar la red de talentos de la Fundación Imagen de Chile que agrupa a profesionales, estudiantes de posgrado y empresarios chilenos o afines a Chile que residen en el extranjero y tienen interés por contribuir a la incorporación del país a la sociedad del conocimiento.

Marketing Estratégico ChileGlobal Difusión de la Red	Fecha Inicio	Fecha Término	Monto
<b>1. Global Meetings: Reuniones en Chile con miembros de la red, representantes de redes o reuniones de mentoring con empresarios.</b>  <b>2. Despedida estudiantes Becas Chile 2015</b>  <b>3. Conferencia Encuentros ChileGlobal 2015</b>	01-ene-15	31-mar-16	\$22.500.000
<b>4. Redacción periodística para generar contenidos en plataformas privadas y públicas de ChileGlobal.</b>  <b>5. Nuevo ciclo de entrevistas "Enredados"</b>			
<b>Dinamización de la Red</b>			
Apoyo a redes de investigadores chilenos en el extranjero ChileGlobal Seminars	01-ene-15	31-mar-16	\$26.000.000
<b>Expansión de la Red</b>			





Reuniones internacionales de ChileGlobal y participación presencial en actividades de miembros de la red en el extranjero	01-ene-15	31-mar-16	\$20.000.000
---	-----------	-----------	--------------

<b>TOTAL CHILEGLOBAL</b>	<b>\$68.500.000</b>
--------------------------	---------------------

**Marketing Estratégico** está conformado por profesionales multidisciplinarios, capaces de generar permanentemente iniciativas y propuestas para avanzar en la promoción de la imagen del país. Este concepto está abierto a recoger las propuestas que provengan de toda la sociedad.

<b>TOTAL MARKETING ESTRATÉGICO</b>	<b>\$ 1.207.900.000</b>
------------------------------------	-------------------------

## ÁREA DE COMUNICACIONES

### Descripción

Esta área orienta sus esfuerzos a difundir, a través de distintas plataformas (medios tradicionales y digitales) las diversas iniciativas que apoya la Fundación y que contribuyen al posicionamiento de la Marca Chile, tanto a nivel nacional como internacional. Lo anterior, a través de un trabajo de gestión de prensa permanente con medios nacionales e internacionales y por medio de la generación de contenido en plataformas digitales.

Al mismo tiempo, monitorea la presencia de Chile en los medios de comunicación más relevantes del mundo, interpretando de manera sistemática sus resultados y haciendo entrega de estos a socios estratégicos previamente definidos. Este análisis le permite generar comunicaciones que potencian el posicionamiento estratégico de Chile, en coordinación con los principales constructores de imagen.


Junto con lo anterior, busca socializar entre los actores relevantes, la actual estrategia de marca país, con el fin de comprometer y generar una coordinación efectiva entre las instituciones y actores que promueven Chile en el exterior.

La difusión de contenido estratégico se efectuará a través de la plataforma digital de la Fundación, comunicados de prensa, seminarios, conferencias, publicaciones de monitoreos, entre otros.

Sus principales líneas de acción, entre otras, serán:

- Difundir actividades estratégicas para el posicionamiento internacional de Chile en medios nacionales e internacionales.
- Ampliar audiencias a través de un plan de socialización.
- Monitorear medios extranjeros y generar informes sectoriales y coyunturales.
- Gestionar la plataforma digital.

La Fundación Imagen de Chile tiene como meta ejecutar en esta área, las siguientes actividades:

Comunicaciones	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
 Monitoreo de medios de comunicación <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El trabajo de monitoreo internacional de prensa, cuyo objetivo es estudiar y comprender en toda su complejidad la imagen que nuestro país proyecta en el</li> </ol>	01-ene-15	31-mar-16	\$ 57.300.000

exterior a través de los medios de comunicación. Se contemplan las siguientes actividades:

- Informes mensual, trimestral y anual de monitoreo de prensa internacional
- Informes sectoriales

Comunicaciones	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
<b>Contenidos Plataforma Digital</b>			
<p><b>Se realizarán, entre otras, las siguientes actividades en la Plataforma Digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Administración y actualización de sitios web y sistemas internos de gestión.</li> <li>- Generación de contenidos en sitios web y redes sociales.</li> <li>- Nuevos proyectos tales como: versión Chile Mobile 3.0 y reformulación general del sitio thisischile.cl, en términos de contenidos.</li> <li>- Medición de la efectividad e impacto de la estrategia digital global de la Fundación.</li> </ul>	01-ene-15	31-mar-16	\$ 221.000.000

Comunicaciones	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
<b>Plan de Publicaciones</b>			
<p><b>1. Elaboración, diseño, diagramación e impresión de los siguientes informes de monitoreos de prensa:</b></p> <p><b>i. Sectoriales</b></p> <p><b>ii. Permanentes</b></p> <p><b>iii. Spot sobre temas específicos</b></p> <p><b>iv. Edición y redacción de documentos entregables, tales como memoria, estudios, reportes de monitoreos de prensa, entre otros</b></p>	01-ene-15	31-mar-16	\$32.200.000

Comunicaciones	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
<b>Difusión en Medios a nivel Nacional e Internacional</b>			
<p><b>1. Para el trabajo de gestión de prensa en medios nacionales, que tiene como objetivo principal difundir el trabajo que realiza la Fundación Imagen de Chile, la importancia de la imagen país y sus implicancias y también la promoción de eventos que contribuyen al posicionamiento de la marca:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe de prensa diario, gestión de prensa, planes de difusión asociados a proyectos, informes de monitoreo periódicos, fidelización con corresponsales, asesoría en generación de contenido.</li> </ul> <p><b>2. Conferencias con prensa internacional. La realización de charlas temáticas para corresponsales permite ofrecer contenidos de interés para su difusión internacional, que al mismo tiempo promuevan los atributos que pretendemos reforzar con la estrategia de posicionamiento de la marca. Asimismo, otorga espacios de difusión de calidad a socios estratégicos u otros constructores de imagen.</b></p> <p><b>3. Producción de eventos asociados a difusión (actividades de relacionamiento, charlas, lanzamientos, conferencias) que tengan como objetivo la proyección internacional del país. Para este fin, se contratará los servicios de una productora.</b></p>	01-ene-15	31-mar-16	\$76.400.000

18



TOTAL COMUNICACIONES

\$386.900.000

## AREA DE ESTUDIOS

### Descripción

Esta área se encarga de diseñar, implementar y actualizar la base de conocimientos que da cuenta de la imagen de Chile en los ámbitos de interés para el fortalecimiento y la promoción de ésta en el país y el extranjero, a través de la realización que estudios que contribuyan, con el soporte de información y conocimiento, al diseño, conceptualización, implementación y orientación de campañas y acciones de promoción de la imagen de Chile tanto en el país como en el extranjero. Estos objetivos tienen como foco fortalecer la posición competitiva de Chile en los países definidos como relevantes ya sea para los organismos clave de la promoción de Chile (Cancillería, ProChile, TurismoChile, CNCA e Inversión Extranjera) o por la influencia que algunos países generan en la opinión pública mundial.

Sus principales líneas de acción, entre otras, serán:

- Profundizar la serie de Estudios Imagen País en países prioritarios,
- Gestionar distintos tipos de información y publicaciones que den valor al trabajo de la fundación,
- Analizar y monitorear los indicadores globales de Imagen País.
- Realizar estudios que apoyen el lanzamiento de la marca, y
- Sistematizar toda la información disponible sobre identidad, imagen y marca país, a través del Observatorio de Tendencia Imagen País.

Dentro de esta área, la Fundación Imagen de Chile tiene como meta ejecutar las siguientes actividades:

Estudios	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
<b>Estudios Línea de Base</b>			
Se realizarán entre otros, los siguientes Estudios de Línea Base			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudios que analicen impacto de acciones coyunturales en la Imagen de Chile</li> <li>2. Serie de análisis, relacionados a: (i) Informe de datos generales sobre Chile, (ii) Informes relevantes sectoriales para socios (turismo, inversiones, países específicos)</li> <li>3. Series de análisis de la imagen de Chile en los países prioritarios para la gestión de la Fundación: encuestas de opinión pública y entrevistas a núcleos específicos.</li> <li>4. Asesoría para la elaboración de la línea base de la Fundación para período 2015-2016</li> </ol>	01-ene-15	31-mar-16	\$67.000.000
<b>Estudios Temáticos</b>			
Se realizarán entre otros, los siguientes Estudios Temáticos			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Serie de estudios temáticos que analicen el impacto específico del posicionamiento de Chile. Estos estudios se complementarán con los monitoreos de prensa.</li> </ol>	01-ene-15	31-mar-16	



<p>2. Serie de estudios de percepción de extranjeros en Chile, a definir entre socios estratégicos: "Serie Migrantes".</p> <p>3. Continuación del estudio comenzado el 2014. Se evaluarán los actores/rostros relevantes. Creación de plataforma digital que permita levantar información rápida de opinión de Servicio Exterior.</p>			\$80.000.000
---	--	--	--------------

Estudios	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
<b>Gestión de la Marca País</b>			
Se realizarán entre otros, los siguientes Estudios de Gestión de la Marca País			
<p>1. Evaluación de activaciones de marca, tanto en lo regional como en lo sectorial, tales como: Copa América - Expo Milán.</p> <p>2. Generación línea de base para campaña interna. Realización de talleres regionales conceptuales, traspaso de contenidos a público en general y núcleos específicos (municipal, regional, educacional).</p> <p>3. Revisión periódica de promoción de países: activaciones país y presupuestos de promoción (Chile + 5 países prioritarios).</p> <p>4. Serie de Estudios que complementen el monitoreo de prensa en redes sociales y plataformas digitales.</p>	01-ene-15	31-mar-16	\$ 85.000.000
<b>Estudios</b>			
<b>Desarrollo Conceptual de la Disciplina</b>			
Se realizarán entre otros, las siguiente actividades de Desarrollo conceptual:			
<p>1. Ciclo Conversaciones Chile - Actualidad e Imagen país. Actualización y profundización del estudio de la disciplina Marca País e Imagen País, revisando modelos conceptuales, de análisis y de medición de imagen país.</p> <p>2. Preparación de informes especiales y específicos para sectores / Instituciones / Actores/ temas relevantes.</p> <p>3. Reportes sobre temas contingentes relacionados a la marca país que sirvan de insumo a: newsletter, columnas de diarios, reportajes en revista. Aporta a DIFUSIÓN.</p>	01-ene-15	31-mar-16	\$ 35.000.000



<b>TOTAL ESTUDIOS</b>	<b>\$267.000.000</b>
-----------------------	----------------------

**FINANZAS Y OPERACIONES**

## Descripción

El área de Finanzas y Operaciones es la unidad encargada de proporcionar el soporte administrativo, financiero, de recursos humanos, informáticos y legales a nuestra actividad. Considerando los nuevos desafíos que nos hemos propuesto para los próximos años, esta unidad incorporará adicionalmente a sus actividades un rol de Control sobre el avance de los proyectos y actividades propuestas en el Plan de Acción.

Sus principales líneas de acción, entre otras, serán:

- Desarrollar y mantener la infraestructura
- Control el presupuesto y la gestión
- Realizar los controles de legalidad
- Gestión Informática
- Administrar los recursos humanos

Dentro de esta área, la Fundación Imagen de Chile tiene como meta ejecutar las siguientes actividades:

Finanzas y Operaciones	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
<b>Operaciones y Administración</b>			
Se realizarán las actividades correspondientes a:			
<b>1. Actividades de Mantenimiento de Infraestructura, Control de Presupuesto y Gestión</b>			
- Gasto en Mantenimiento - Servicios Básicos - Gastos de Arriendo - Servicios de Honorarios - Gastos Bancarios - Gastos en Reuniones - Gastos en Mantenimiento y mejoras de la infraestructura			
<b>2. Actividades de Control de la Legalidad:</b>			
- Gestión y Control de los aspectos legales de la Fundación - Relación con los abogados de la Fundación			
<b>3. Desarrollo Organizacional</b>			
- Asesoría e Implementación de Programa de Recursos Humanos, junto con procesos relacionados a contrataciones.			
<b>4. Auditoría a los Estados Financieros 2015</b>			
<b>5. Control de Presupuesto y Gestión</b>			
	01-ene-15	31-mar-16	\$221.535.000



Finanzas y Operaciones	Fecha Inicio	Fecha Fin	Total
<b>Gestión Informática</b>			
Se realizarán las actividades correspondientes a: 1. Implementación de Sistemas Informáticos: Optimización de Procesos.			
2. Pago de Proveedores Informáticos, tales como enlaces, Equipos.	01-ene-15	31-mar-16	\$93.556.000
3. Gestión sobre dominios web.			
4. Revisión de la seguridad de los sitios web de la Fundación.			
<b>Remuneraciones Período 2015-2016</b>	01-ene-15	31-mar-16	\$930.000.000
<b>Capacitación</b>	01-ene-15	31-mar-16	\$2.000.000

**TOTAL FINANZAS Y OPERACIONES**

**\$ 1.247.091.000**

**PROYECTO**

**PROGRAMA DE TRABAJO - FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE 2015**

**PROPONENTE : FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**  
**AÑO : 2015**

**Presupuesto Total del Proyecto Fundación Imagen de Chile 2015**

Finanzas y Operaciones	\$	1.247.091.000
Remuneraciones	\$	930.000.000



Operaciones, Informática y Administración	\$	317.091.000
---	----	-------------

Marketing Estratégico	\$	1.207.900.000
Comunicaciones	\$	386.900.000
Estudios	\$	267.000.000

<b>Total Proyecto</b>	<b>\$</b>	<b>3.108.891.000</b>
-----------------------	-----------	----------------------

(Hay una firma)

-----  
MYRIAM GOMEZ INOSTROZA  
DIRECTOR EJECUTIVO  
FUNDACION 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 la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales vigente para el año 2015.

**ANÓTESE, TÓMESE RAZON, COMUNIQUESE Y ARCHÍVESE**

  
**ANDRÉS REBOLLEDO SMITMANS**  
Director General

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

FGV

Distribución

- 1.- Fundación Imagen de Chile.
- 2.- Dirección de Promoción de Exportaciones.
- 3.- Departamento Administrativo.
- 4.- Departamento Jurídico.
- 5.- [presupuesto@direcon.gob.cl](mailto:presupuesto@direcon.gob.cl)
- 6.- Subdepartamento de Atención Ciudadana y Transparencia (Luis Fuentealba).
- 7.- Archivo.

