

REPUBLICA DE CHILE

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

DIRECON OF. DE PARTES  
002543 - 29.03.2016  
*Juridico*

DIRECCION GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES

CONTRALORIA GENERAL OFICINA GENERAL DE PARTES  
18 MAR 2016

DIVISION DE ASISTENCIA  
COMITE 3  
21 MAR. 2016  
*ncu*

MINISTERIO DE HACIENDA OFICINA DE PARTES  
RECIBIDO

SANTIAGO, 1 de marzo de 2016

RESOLUCIÓN AFECTA Nº 003

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

VISTOS: La Ley Nº 20.882; el Decreto con Fuerza de Ley del Ministerio de Relaciones Exteriores Nº 53, de 1979; el Decreto Supremo Nº 41, de 2014, del Ministerio de Relaciones Exteriores; la Resolución Exenta de Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales Nº P-253, de 2016; y la Resolución Nº 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 29 de febrero de 2016, un convenio en cumplimiento de lo establecido en la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtitulo 24 Ítem 01, Asignación 003 y Glosa 05 respectiva, de la Ley Nº 20.882, de Presupuestos del Sector Público para el año 2016, que contempla una transferencia de recursos desde la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales a la Fundación Imagen de Chile, por la suma de \$ 29.029.000 (tres mil doscientos veintisiete millones veintinueve mil pesos).

**CONTRALORIA GENERAL TOMA DE RAZON**

RECEPCION *03 MAR. 2016*

DEPART. JURIDICO	<i>ncu</i>	<i>04 MAR. 2016</i>
DEP.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. MUNICIPAL.		
REFRENDACION		
REF. POR \$	_____	
IMPUTAC.	_____	
ANOT. POR \$	_____	
IMPUTAC.	_____	
DEDUC. DTO.	_____	

TOMADO RAZON

CONTRALORIA GENERAL DE RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES DEPARTAMENTO JURIDICO DIRECTOR

29 MAR. 2016  
Contralor General de la República  
*[Signature]*

RETIRADO SIN TRAMITAR  
FECHA: 7 MAR. 2016  
CON OFICIO Nº 1123

**RESUELVO:**

**I.- APRUÉBASE** el Convenio celebrado con fecha 29 de febrero de 2016, 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 febrero de 2016, 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] [REDACTED] ambos domiciliados en Teatinos N° 180, piso 10, 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 GOMEZ INOSTROZA**, chilena, [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] ambas domiciliadas 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°20.882, de Presupuestos del Sector Público para el año 2016, 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 \$3.227.029.000 (tres mil doscientos veintisiete millones veintinueve 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 \$980.250.000.- (novecientos ochenta millones doscientos cincuenta 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-253, de 20 de enero de 2016, **DIRECON** aprobó el proyecto N° 1638000 denominado "PROGRAMA DE TRABAJO 2016 – FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE", en adelante el **PROYECTO**, por un total de \$3.227.029.000 (tres mil doscientos veintisiete millones veintinueve mil pesos) el cual será ejecutado por **LA FUNDACIÓN**, en los términos definidos tanto en el 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 la cantidad de \$4.157.105.- (cuatro millones ciento cincuenta y siete mil ciento cinco pesos), correspondiente al pago de indemnización voluntaria a la entonces Directora de Comunicaciones de esa fundación.
8. Que, igualmente, de conformidad con lo establecido en el Informe Final N° 268, de 2015, de Contraloría General de la República, como resultado de auditoría efectuada al convenio de transferencia de fondos para la realización del proyecto denominado "Programa de Trabajo 2014 - Fundación Imagen de Chile", en relación con lo concluido en el Oficio N° 7630, de 2016 de dicha Entidad Fiscalizadora, se mantiene pendiente la obligación de reintegrar tanto la suma de \$ 1.089.200 , que fuera pagada por concepto de aguinaldo de fiestas patrias a trabajadores que no tenían estipulado en sus contratos de trabajo el otorgamiento de tal beneficio, no comprendiéndose entre los egresos necesarios para el desarrollo de las actividades de LA FUNDACIÓN , como la cantidad de \$728.840 , pagados por concepto de fotografía, diseño y fiesta de clausura en el marco de la reunión anual de Nexos-Chile-USA del año 2014.
9. Que si bien **DIRECON** ha requerido el reintegro de los montos indicados en los considerandos 6 y 7 precedentes y su devolución aún no se ha efectuado, ello 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 2016.



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

En cumplimiento de lo expresado precedentemente, **DIRECON** transferirá a **LA FUNDACIÓN** hasta la cantidad de \$3.227.029.000 (tres mil doscientos veintisiete millones veintinueve 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 \$1.290.811.600.- (un mil doscientos noventa millones ochocientos once mil seiscientos 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 \$1.936.217.400.- (un mil novecientos treinta y seis millones doscientos diecisiete mil cuatrocientos pesos) será anticipada por **DIRECON** a **LA FUNDACIÓN** cuando 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 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 N° 30, de 2015, 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 \$1.290.811.600.- (un mil doscientos noventa millones ochocientos once mil seiscientos pesos) monto equivalente a la primera cuota de la transferencia, con fecha de vencimiento no anterior al 31 de agosto de 2016.

Si llegado el día 5 de agosto de 2016 **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 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 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 \$1.936.217.400.- (un mil novecientos treinta y seis millones doscientos diecisiete mil cuatrocientos 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 diciembre de 2017

**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 y a los eventuales saldos de la primera 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 dar cumplimiento a las metas que se describen en el anexo de este instrumento.

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. **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 de 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.

2. **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 los socios estratégicos, tanto públicos como privados. El equipo



de esta área lo conforman: Gestión de Marca País, Estrategias y Alianzas y Diseño y Producción.

a. **Gestión Marca País:** Tiene como objetivo 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 por el buen uso de la Marca (Licenciamiento).

b. **Estrategias y Alianzas:** Busca posicionar y fortalecer la marca Chile a través de un trabajo colaborativo con las otras áreas de la organización y con el sector público, privado y la sociedad civil. Para ello realiza un trabajo sinérgico con sectores priorizados tales como turismo, industrias creativas, vino, ciencia y tecnología y energía, entre otros, que permiten impactar positivamente en la imagen país en mercados relevantes.

c. **Diseño Creativo y Producción:** Tiene por objetivo 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.

3. **Comunicaciones:** Esta área orienta sus esfuerzos a difundir, a través de distintas plataformas (medios tradicionales y digitales) los atributos distintivos de Chile, y 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.

Además, gestiona la red de talentos de **LA FUNDACION**, Chile Global, 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.

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**

**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° 30, de 2015, de la Contraloría General de la República, que "Fija Normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas" o a 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 contrario a la primera. Las materias que el presente convenio regula de una manera específica, primarán por sobre las disposiciones que fueren discordantes con el aludido Manual.



LA FUNDACIÓN 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 la FUNDACIÓN podrá invertir los fondos públicos transferidos en fondos mutuos, depósitos a plazo u otros instrumentos análogos.

#### 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. Si el día 20 corresponde a un día inhábil, el plazo se entenderá prorrogado al primer día hábil siguiente

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.
- 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 Plan 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 la FUNDACIÓN mayores antecedentes que le permitan efectuar una revisión más detallada de las actividades.

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 LA FUNDACIÓN, informándole detalladamente los antecedentes que originan la discrepancia. LA FUNDACIÓN 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 tratase del informe técnico final que debe entregarse en el mes de abril de 2017, 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. Si el día 20 corresponde a un día inhábil, el plazo se entenderá prorrogado al primer día hábil siguiente



**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 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 adquiriera un pasaje en otra clase, se deberá adjuntar una cotización del mismo pasaje en clase económica, emitida el mismo día de la compra y para el mismo vuelo y fecha; en tal caso, se podrá rendir el monto declarado en esta segunda cotización (monto menor) y el remanente será de cargo 100% de la Fundación. 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 la Fundación 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.

La FUNDACIÓN 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](http://www.prochile.gob.cl). Corresponderá imputar el 100% del viático sólo en los casos en que el ejecutor pernocte en el lugar de destino. Para los días de viaje en que no se pernocte en el lugar de destino, se deberá considerar el 40% del valor día del viático. En caso de que a la FUNDACIÓN 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.



No obstante lo señalado en el párrafo anterior, en casos determinados y por motivos fundados la FUNDACION podrá solicitar, por escrito, a la Contraparte Técnica de DIRECON, autorización para aumentar el monto del valor diario del viático. Dicha autorización, deberá otorgarse 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 transfieren, La FUNDACIÓN 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 en 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 cual 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 10 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, por escrito, los informes de rendición de cuenta de los gastos mensuales. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **LA FUNDACIÓN**, informándole los antecedentes que originan la discrepancia. **LA FUNDACIÓN** 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 **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 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**

**LA FUNDACIÓN** 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° 05, de la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02 de la Ley N° 20.882.

### **QUINTA: OBLIGACIONES LABORALES Y OTROS**

Será obligación de **LA FUNDACIÓN** cumplir oportunamente con todas las obligaciones laborales y de seguridad social de sus trabajadores, correspondientes a 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 **LA FUNDACIÓN**. Las labores deberán desarrollarse durante la jornada ordinaria de trabajo y sólo de manera excepcional podrán remunerarse desempeños o 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.

En caso alguno **DIRECON** financiará el pago de indemnizaciones de carácter convencional o voluntarias.

**LA FUNDACIÓN** deberá cumplir estrictamente las normas laborales, previsionales y tributarias en lo que dice relación tanto con la contratación de sus propios trabajadores como con la subcontratación para la ejecución de obras o servicios de personal externo a través de los respectivos empleadores o subcontratistas. En consecuencia, **DIRECON** no financiará, con recursos de este convenio, sumas o prestaciones ordenadas pagar por autoridad competente ni por tribunales de justicia, que tengan su origen en incumplimientos en que incurra la **FUNDACIÓN** respecto de la normativa laboral, previsional o tributaria, aplicable al respectivo contrato. En su relación contractual con empresas contratistas o subcontratistas, **LA FUNDACIÓN**, 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 **LA FUNDACIÓN** 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, 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. 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 2017, 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 2016.

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 Supremo Exento N° 41, de 2014, del Ministerio de Relaciones Exteriores. 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 fecha 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 GÓMEZ INOSTROZA FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE



**ANEXO**

**METAS**

**Y**

**PROYECTO**

**“FUNDACIÓN CHILENA DEL PACÍFICO – TRANSFERENCIA DE CAPITAL 2016”**

(Hay una firma) ANDRÉS REBOLLEDO SMITMANS DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

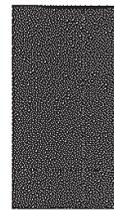
(Hay una firma) MYRIAM GÓMEZ INOSTROZA FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE



**METAS CONVENIO DIRECON-FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE 2016**

#	Área	Sub-Área	Meta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de Verificación
1	Comunicaciones	Prensa	Realizar 9 conferencias a corresponsales de prensa extranjera, para visibilizar aspectos favorables del país, en línea con los sectores priorizados en la estrategia de la Marca Chile	01/01/2016	31/03/2017	-Listado de conferencias realizadas -Listado de periodistas asistentes
2	Comunicaciones	Estrategia digital	Realizar dos campañas digitales para visibilizar proyectos clave dentro de la gestión de la Marca Chile	01/01/2016	31/03/2017	- Presentaciones y/o impresión que muestren las campañas digitales extraídas de internet. - cifras de alcance de las campañas.
3	Comunicaciones	Chile Global	Desarrollar una línea de mentoring con foco en un área prioritaria dentro de la gestión de la Marca Chile	01/01/2016	31/03/2017	- Número de mentores y proyectos apoyados.
4	Estudios	Posicionamiento Global	Adquirir y analizar el estudio "Nation Brand Index", y presentar los resultados durante el periodo marzo 2016-marzo 2017. Cumpliendo con la socialización y difusión de los resultados del informe en audiencias internas y externas	01/01/2016	31/03/2017	-Presentación de los resultados del análisis del "Nation Brand Index". - Listado de instituciones a las cuales se presentó el informe.
5	Marketing Estratégico	Gestión de la Marca País	Capacitar sobre la imagen de Chile a un total de 250 actores claves referentes de opinión en distintas regiones de Chile.	01/01/2016	31/03/2017	-Listado de participantes
6	Marketing Estratégico	Diseño y Producción	Desarrollar Manual de Ferias que sirva de guía para la presencia de distintas organizaciones (Asoex, Vinos de Chile, Turismo Chile y ProChile) en eventos fuera del país	01/01/2016	31/03/2017	Manual realizado
7	Marketing Estratégico	Estrategias y Alianzas	Concretar la firma de al menos 6 convenios de colaboración con instituciones que aporten en la promoción de la Imagen de Chile.	01/01/2016	31/03/2017	-Convenios firmados
8	Finanzas y Operaciones	Tecnologías de Información y Comunicaciones	Implementar o mejorar el sistema de gestión de proyectos, orientado a eficientar los procesos internos.	01/01/2016	31/03/2017	-listado de mejoras realizadas al Sistema de Gestión de Proyectos, junto con fotografías del sistema.





PROGRAMA DE  
TRABAJO 2016

FUNDACIÓN  
IMAGEN DE  
CHILE



**PLAN DE TRABAJO 2016**  
**FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**

DATOS DEL PROYECTO	
<b>Nombre del Proyecto</b>	<b>Programa de Trabajo 2016 – Fundación Imagen de Chile</b>
<b>Fecha de Inicio</b>	<b>01 de Enero de 2016</b>
<b>Fecha de Término</b>	<b>31 de Marzo de 2017</b>

**1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Fundación Imagen de Chile es el organismo que tiene como misión la promoción y difusión de la imagen de Chile en el extranjero, a través de la gestión de la marca país. Tiene una función pública y fue creada en 2009 como iniciativa gubernamental. En este sentido, su rol es gestionar la Marca Chile, articulando la labor de los principales sectores que construyen imagen, tales como cultura, deporte, exportaciones, inversiones, turismo y relaciones internacionales, entre otros. Para esto, desarrolla alianzas estratégicas con actores del sector público y privado, con el objetivo de alinear el mensaje en torno a Chile y posicionar, a través de sus acciones, los atributos distintivos de nuestra identidad.

Por tanto, la gran labor de Imagen de Chile es gestionar la marca país para robustecer la reputación de Chile y mejorar la apreciación espontánea de otros en torno al país. Esto se traduce en diseñar e implementar una estrategia coordinada que busca visibilizar a Chile a través de una identidad única y competitiva, que de coherencia entre lo comercial, económico, cultural, político y social.

Dicha estrategia implica el desarrollo de acciones de posicionamiento que incluyen campañas de marketing, análisis de tendencias, estudios, asesoría experta a stakeholders y coordinación intersectorial de instituciones, públicas y privadas, que construyen imagen país tanto en Chile como en el exterior.

En el escenario actual, es fundamental construir y fortalecer una identidad única y competitiva, que nos permita diferenciarnos y apunte a que Chile sea considerado como un destino atractivo para el comercio, la inversión, el turismo y los estudios, entre otros. Para ello, la gestión de la marca país es clave, porque una imagen país bien lograda, que define a la nación ante el mundo, es sinónimo de desarrollo y factor decisivo de competitividad global. Esto, dado que la forma en que una nación es valorada puede significar una diferencia crítica en el éxito de sus negocios, comercio y turismo, así como en sus relaciones diplomáticas y culturales. En síntesis una buena imagen país es un activo dado que genera empleo, aumenta las exportaciones, atrae inversión extranjera y mano de obra creativa y por último aumenta la influencia política y cultural del país.



Una de las principales conclusiones que Fundación Imagen de Chile ha extraído de la revisión de diversos estudios de percepción, es que si Chile quiere mejorar su reputación a nivel mundial, es necesario incrementar su visibilidad, ya que sigue siendo ampliamente desconocido para las audiencias internacionales. En mediciones 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. Es decir, a mayor familiaridad de un país, mejor es la evaluación que recibe en el ranking.

Cabe señalar además que, en el marco de esos análisis, se ha concluido que Chile tiene un capital de marca ganado en cuanto a sus características más racionales, como son la seriedad, estabilidad y solidez de las instituciones. Sin embargo, actualmente proyectar sólo logros en materia económica y de gobernabilidad, ya no es suficiente. Por eso, el desafío hoy es dar a conocer al mundo rasgos identitarios que no habían sido suficientemente relevados.

En el contexto de la gestión de la marca país, la institución ha detectado que hay dimensiones muy incidentes a la hora de mejorar el posicionamiento de Chile. Se trata de los atributos asociados a innovación, ciencia y tecnología, calidad de los productos, el ser un país creativo y con nuevas formas de pensamiento, entre otros aspectos. Esas son justamente las áreas que se potenciarán durante 2016 en la gestión de la Marca Chile.

## **2. PLAN DE TRABAJO 2016**

### **2.1 Contexto:**

Durante el 2015, que fue definido como un año de inversión y posicionamiento de la Marca Chile, se implementaron una serie de acciones en el marco del plan estratégico 2014 - 2016, que apunta a lograr el posicionamiento permanente y sistemático de la Marca Chile a nivel nacional e internacional, basándose en 3 ejes fundamentales:

1. Que la imagen país sea entendida como una política de Estado, transversal e inclusiva, que trascienda a los cambios de autoridades y cuente con un presupuesto acorde al desafío.
2. Que los actores se coordinen de manera efectiva para hablar de Chile con mensaje común. Esto implica conseguir el compromiso ciudadano, su reconocimiento y apoyo a la marca, y profundizar trabajo con socios estratégicos, incorporando con mayor fuerza al sector privado.
3. Y tercero, la posibilidad de alcanzar audiencias internacionales prioritarias, participando en eventos de alta visibilidad, realizando varias acciones en plataformas digitales y relevando en prensa extranjera atributos únicos de Chile.

### **2.2. Resultados:**

Las acciones implementadas se tradujeron en importantes avances, que respaldaron activamente el posicionamiento internacional de Chile, entre los cuales destacan:



- ✓ 18 nuevas alianzas estratégicas: con organismos públicos y privados, las cuales obedecen a la necesidad de coordinar las acciones para apalancar recursos, proyectar un mensaje único y generar mayor impacto en la promoción del país y sus elementos distintivos.
- ✓ Gestión de contenidos: difusión sistemática de productos (monitoreos de prensa, estudios de imagen de Chile, contenido audiovisual, mensajes clave relativos a la Marca Chile) a partir del material existente, fidelizando de esta forma a contrapartes clave a nivel interno y externo.
- ✓ Posicionamiento en medios nacionales e internacionales: aumento de 260% de la presencia de la institución y los atributos de la Marca Chile en medios nacionales e internacionales (4.889 publicaciones: 4.329 internacional y 560 nacional).
- ✓ Fortalecimiento de la estrategia digital: incremento en más de 25% de las comunidades digitales (enero a octubre 2015), obtención del primer lugar en los World Travel Awards tras campaña de Imagen de Chile, más de 63 mil descargas de la app Chile Mobile Observatory y reconocimiento como Mejor Aplicación Móvil en las categorías de Ciencia y Educación en los MobileWebAwards 2015.

### **2.3. Ejes de Accion 2016**

Dados los avances conseguidos, en el 2016 se dará paso a una etapa de fortalecimiento y profundización del trabajo realizado, a través de los siguientes ejes de acción:

#### **Gestión de la Marca**

- a. Asesoría experta en la incorporación de la Marca Chile: diseño de acciones de promoción, conceptos creativos y/o piezas comunicacionales, para socios estratégicos o terceros, que permitan transmitir una experiencia país, en línea con la estrategia de la Marca Chile.
- b. Campañas y activaciones en Chile y el extranjero: diseño de acciones de impacto que permitan relevar los atributos distintivos del país.
- c. Licenciamiento de marca: otorgamiento de los permisos para incorporar la marca país en productos, servicios y/o eventos que se alineen a los atributos de marca definidos.

#### **Gestión de Contenidos**

- a. Análisis de tendencias: seguimiento y análisis a las percepciones en torno a Chile, en estudios internacionales y prensa del extranjero.
- b. Estudios de imagen de Chile: elaboración de estudios para ahondar en las percepciones en torno al país, tanto a nivel nacional como internacional.



- c. Gestión con prensa extranjera: acciones de difusión en medios de alta relevancia, para posicionar los atributos diferenciadores de Chile.
- d. Marketing digital: generación permanente de contenidos en comunidades digitales oficiales, con foco en Chile y el extranjero.
- e. Desarrollo de material audiovisual: difusión de material de referencia para proyectar al país, a través del Canal Marca Chile en Youtube, que cuenta con más de 300 videos de Chile, agrupados en distintas categorías sectoriales y del banco fotográfico, que posee alrededor de 4.000 imágenes representativas del país.

#### **Posicionamiento de Marca**

- a. Estudios de medición de la imagen de Chile en el exterior: elaboración de estudios de percepción en distintas audiencias, nacionales e internacionales para definir nuestro posicionamiento de marca.
- b. Desarrollo de programa de licenciamiento para robustecer la Marca Chile, a través de la promoción de su uso y la vinculación gráfica con actores principalmente privados para posicionar lo mejor de Chile y su identidad tanto en el país como en el exterior.
- c. Dar a conocer la marca país mediante estrategias que logren impacto tanto a nivel nacional como internacional en conjunto con socios estratégicos transversales como Cancillería, CIE, PROCHILE y CORFO; además con la participación activa en sectores como Ciencia y Tecnología, Energías Convencionales y Sustentables, Vinos, Industria Creativas y Turismo.
- d. Generar impacto en la Imagen de Chile a través diversas activaciones y campañas utilizando la Marca Chile en sectores estratégicos.

#### **Alianzas Estratégicas**

- a. Implementación de planes de trabajo que permitan alinear efectivamente a un número creciente de actores públicos y privados en la difusión de un mensaje único de Chile que fomente su identidad competitiva.

Estos ejes de acción orientarán las actividades de cada área de la Fundación, que se han consignado en el Plan General de Trabajo 2016. 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.



## 2.4 MACRO – ACTIVIDADES 2016

### 2.4.1 ESTUDIOS

#### DESCRIPCIÓN

El Área de Estudios de Imagen de Chile está especializada en diseñar, implementar y actualizar la base de conocimientos y 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, a través de la realización de 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.

Principales objetivos del área son:

- **Gestión:** Fortalecer y cautelar la calidad técnica y estratégica de los estudios realizados directamente a través de la Fundación o de Socios Estratégicos
- **Valor Agregado:** Darle valor al conocimiento disponible para los principales constructores de marca país – y Socios FICH-, apoyando el diagnóstico, diseño, implementación y recomendaciones estratégicas.
- **Visibilidad:** Apoyar en la difusión de la base de conocimientos que da cuenta de la Imagen de Chile en los ámbitos de interés, socializándola en audiencias claves.

<b>Estudios</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<b>POSICIONAMIENTO GLOBAL</b>  A través de Estudios de Posicionamiento Global, se espera poder medir la imagen de Chile en opinión pública, por zonas geográficas, países específicos, y a nivel global, determinando con mayor certeza el impacto en la imagen de Chile de los últimos hechos noticiosos por los cuales nuestro país se destaca ante la opinión pública latinoamericana, conociendo su evolución en el tiempo.  Los principales proyectos a desarrollar, entre otros, son: <ul style="list-style-type: none"><li>- Obtener y analizar los resultados del Estudio Nation Brands Index (NBI) 2016,</li><li>- Evaluación de Imagen de Chile en un País Prioritario</li><li>- Tracking Latam.</li></ul>	01-ene-2016	31-mar-2017	\$ 93.000.000



<b>Estudios</b>			
<b>ESTUDIOS TEMÁTICOS</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuest o Asignado</b>
<p>En línea a poder definir una postura institucional con respecto al tratamiento de diversos sectores y temáticas, es que el área de estudios pondrá entre sus focos de interés la medición del nivel de satisfacción de los turistas que visitan Chile, conocer la percepción de chilenos que viven en el exterior en relación a la identidad chilena y medición de opinión pública respecto a distintos aspectos, obteniendo un insumo estratégico para el trabajo con socios y la promoción activa de la Marca País.</p> <p>Las actividades previstas, entre otras, son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos estudios temáticos</li> <li>- Medición de la experiencia en el sector turismo.</li> <li>- Proyecto Chile mira a Chile.</li> <li>- Identidad Chilena</li> </ul>	01-ene-2016	31-mar-2017	\$ 95.000.000
<b>Estudios</b>			
<b>GESTIÓN DE MARCA PAÍS</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuest o Asignado</b>
<p>Mediante la medición y monitoreo constante, de activaciones, eventos y actividades pertinentes a la Imagen de Chile a nivel nacional y países LATAM, se espera materializar el aporte, visibilidad e impacto de instancias que expongan la Marca País logrando obtener un diagnostico de la presencia de la marca, logrando definir estratégicamente sectores de acción.</p> <p>Esta línea de acción se llevará a cabo principalmente a traves de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluaciones de activaciones de marca país</li> <li>- Benchmark de activaciones de Marca País</li> </ul>	01-ene-2016	31-mar-2017	\$ 48.000.000

<b>Estudios</b>			
<b>DESARROLLO INSTITUCIONAL / DIFUSIÓN</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>



<p>Con el fin de socializar los trabajos realizados e información relevante generada por Imagen de Chile a audiencias claves, es que se realizarán, entre otras, las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Levantamiento información sobre la disciplina a nivel mundial mediante la participación en eventos de relevancia para el posicionamiento de la Marca País</li> <li>- Contratar sistemas especializados para conocer en detalle el contenido de estudios, permitiendo el desarrollo in-house de información para la toma de decisiones.</li> <li>- Difusión general.</li> <li>- Estado del arte de marca país.</li> <li>- Asistencia a Seminarios y foros</li> <li>- Línea base de la Fundación Imagen de Chile.</li> </ul>	01-ene-2016	31-mar-2017	\$ 16.500.000
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------	-------------	---------------

**Total Estudios \$ 252.500.000**

## 2.4.2 MARKETING ESTRATEGICO

### 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.

El equipo de esta área lo conforman: Gestión de Marca País, Estrategias y Alianzas y Diseño y Producción.

Sus áreas y actividades relacionadas son las siguientes:

### GESTIÓN MARCA PAÍS

Esta área tiene como objetivo el robustecer y lograr presencia de la Marca País, junto con gestionar actividades de posicionamiento de Chile en mercados priorizados.

<b>Marketing Estratégico</b>			
<b>Gestión de Marca</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<b>Licenciamiento</b>			
Robustecer la Marca País Chile, a través de la promoción de su uso y la vinculación gráfica - verbal con actores principalmente privados para posicionar lo mejor de Chile y su identidad tanto en el país como en el exterior, a través de las siguientes actividades, entre otras:	01-ene-2016	31-mar-2017	\$ 61.367.000



- Lanzamiento - Reuniones Grupales - Testimoniales - Espacios mensuales en prensa.			
<b>Difusión MP en Regiones + RM</b>			
Lograr presencia de la Marca País en el territorio nacional para generar awareness e identificación de los chilenos y turistas con la Marca Chile a través de experiencias positivas que se vinculen con la esencia de marca que se quiere transmitir.  Se desarrollaran, entre otras, las siguientes actividades:	01-ene-16	31-mar-17	\$125.000.000
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tour Chile que te Quiero</li> <li>• Publicidad en aeropuertos regionales de Chile</li> <li>• Intervención en nuevo aeropuerto SCL</li> </ul>			
<b>Programa de Embajadores</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
Se realizará lanzamiento y desarrollo del programa de embajadores, el cual conlleva el gestionar el posicionamiento de Chile en mercados priorizados a través de la visibilidad de personajes chilenos referentes, constructores de marca y líderes de opinión, y de la participación en actividades que representen los atributos diferenciadores del país.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 65.000.000

### **ESTRATEGIAS Y ALIANZAS MARCA PAÍS**

Estrategias y Alianzas busca posicionar y fortalecer la marca Chile a través de un trabajo colaborativo con las otras áreas de la organización y con el sector público, privado y la sociedad civil.

Para ello, realiza un trabajo sinérgico con sectores priorizados tales como turismo, industrias creativas, vino, ciencia y tecnología y energía, entre otros, que permiten impactar positivamente en la imagen país en mercados relevantes.

<b>Marketing Estratégico</b>
<b>Estrategias y Alianzas</b>



<b>Asesorías, auspicios y patrocinios a Sectores y Socios Priorizados</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<p>Generar impacto en la Imagen de Chile a través la participación en diversas estrategias que potencian la Marca Chile. Esto se logrará con la alianza entre el sector público y privado para incrementar el impacto de las activaciones en el exterior</p> <p>Esto en intenso trabajo con socios estratégicos transversales, tales como:</p> <p>Cancillería CIE PROCHILE CORFO</p> <p>Y participación activa con sectores priorizados, tales como: Ciencia y Tecnología Energías Conv. y Sustentables Vinos Industria Creativas Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Además se considerará en forma transversal para todas las industrias foco en innovación y emprendimiento.</li> </ul>	01-ene-16	31-mar-17	\$322.174.000

## **DISEÑO CREATIVO Y PRODUCCIÓN**

Esta área diseña y ejecuta acciones y productos estratégicos que contribuyen a posicionar Chile en el extranjero, velando por el desarrollo y la coherencia conceptual que se comunica, y el buen uso de la Marca.

<b>Marketing Estratégico</b>			
<b>Diseño y Producción</b>			
<b>Merchandising</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de nuevos productos que se adapten a los requerimientos de sectores específicos, correspondiente a merchandising masivo y premium.</li> <li>Actualización permanente de catálogo de merchandising.</li> </ul>	01-ene-16	31-mar-17	\$239.358.000



- Compra de stock de regalos.			
- Almacenamiento y logística de material existente.			

<b>Marketing Estratégico</b>			
<b>Diseño y Producción</b>			
<b>Proyectos Audiovisuales y Editoriales</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación de contenidos audiovisuales para sectores específicos y eventos tales como:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienal de Venecia</li> <li>• Foro Ministerial OCDE</li> <li>• Alianza del Pacífico.</li> <li>• Reunión Tratado Antártico</li> <li>• Censo de chilenos en el Exterior.</li> </ul> </li> <li>- Videos corporativos y/o alineados a la agenda 2016.</li> <li>- Chile en un día: Pieza audiovisual colaborativa con material proporcionado por chilenos de distintas partes del país.</li> <li>- Gestión de Material Audiovisual, Producciones Fotográficas / Banco de fotos</li> </ul>	01-ene-16	31-mar-17	\$ 172.221.000

<b>Marketing Estratégico</b>			
<b>Diseño y Producción</b>			
<b>Diseño y producción / Lanzamiento Manuales</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencia de Publicidad / diseño.</li> <li>- Eventos de lanzamiento de Manual de Ferias Internacionales</li> </ul>	01-ene-16	31-mar-17	\$ 66.164.000

**Total Marketing Estratégico**

**\$ 1.051.284.000**



### 2.4.3 COMUNICACIONES

#### DESCRIPCIÓN

Esta área orienta sus esfuerzos a posicionar, a través de distintas plataformas, los atributos distintivos de Chile, tanto a nivel nacional como internacional. Lo anterior, a través de la gestión de prensa sistemática con medios del extranjero y de Chile y la implementación de una sólida estrategia digital.

Al mismo tiempo, y como una forma de obtener un insumo relevante para la estrategia de la marca país, Comunicaciones monitorea permanentemente la cobertura que entregan a Chile los principales medios de comunicación del mundo, extrayendo estadísticas relativas a volumen, favorabilidad, temáticas más difundidas y actores relevantes, entre otros.

Junto con lo anterior, gestiona la red de talentos de Imagen de Chile, ChileGlobal, que agrupa a empresarios, estudiantes y profesionales chilenos que viven en el extranjero y comparten el interés por vincularse con Chile para aportar con sus conocimientos y contribuir al desarrollo del país.

Finalmente, y dentro del objetivo de validar a Imagen de Chile y el trabajo referido a la gestión de contenidos, realiza una activa labor de relacionamiento con contrapartes clave, que apunta a legitimar la institución y su misión como factor clave para el crecimiento y la competitividad del país.

Sus principales líneas de acción, entre otras, serán:

- Difundir actividades y contenidos estratégicos para el posicionamiento de Chile, tanto en medios nacionales como internacionales.
- Visibilizar la labor de la institución y el valor agregado que esta implica para los actores públicos y privados.
- Impelementar la estrategia digital de la institución.
- Gestionar la red de talentos de Imagen de Chile, ChileGlobal
- Monitorear de manera constsnte la presencia de Chile en medios extranjeros, generando informes previamente definidos.

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

<b>Comunicaciones</b>			
	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<b>Monitoreo de medios de comunicación y generación de informes sistemáticos</b>			



<p>Revisar y cuantificar de manera permanente la presencia de la institución, y las temáticas, que impactan la imagen país en medios nacionales.</p> <p>Al mismo tiempo, analizar la cobertura que entregan a Chile los medios internacionales, obteniendo así un insumo importante para direccionar las estrategias de difusión a nivel global.</p> <p>De esta forma, se obtienen indicadores importantes para medir efectividad de la estrategia de comunicaciones de la institución.</p>	01-ene-16	31-mar-17	\$ 58.617.000
<b>Gestión de contenidos</b>			
Gestión de contenidos (monitoreos de prensa, estudios, material audiovisual, contenidos digitales) para posterior difusión en diferentes canales, que permiten validar y legitimar a la institución y, al mismo tiempo, alinear el mensaje en torno al país.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 12.000.000
<b>Plan de relacionamiento</b>			
Acciones de relaciones públicas con contrapartes clave, para aumentar los niveles de visibilidad y relevancia de la institución y de este modo respaldar una correcta y eficaz gestión de la Marca Chile.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 27.000.000
<b>Plan de difusión en prensa nacional</b>			
Estrategia de prensa nacional para posicionar tanto de los atributos distintivos de Chile como de la institución y su gestión, en medios del país. Implica producción de eventos, lanzamientos y planes de medios.	01-ene-16	31-mar-17	\$112.000.000
<b>Plan de difusión en prensa internacional</b>			
Estrategia de prensa internacional para posicionar los atributos distintivos de Chile ante audiencias del exterior, por medio de viajes de prensa extranjera a Chile y conferencias a corresponsales de medios internacionales instalados en el país.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 72.666.000



ESTRATEGIA DIGITAL

<b>Comunicaciones</b>			
<b>Estrategia Digital</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
<b>Optimización de portales de referencia</b>			
Difusión de contenidos en nuevos idiomas, a través del sitio web This is Chile y Marca Chile	01-ene-16	31-mar-17	\$ 6.000.000
<b>Campañas digitales</b>			
Realización de campañas digitales con el propósito de difundir proyectos estratégicos de la institución, y visibilizar los atributos distintivos de Chile incrementado el engagement en redes sociales a través de dinámicas interactivas.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 66.000.000
<b>Desarrollo de Aplicaciones Móviles</b>			
Desarrollo de aplicación para dispositivos móviles, que potencie el posicionamiento de una dimensión relevante para la Marca Chile	01-ene-16	31-mar-17	\$ 30.000.000
<b>Generación y difusión de contenidos</b>			
Implementación de la estrategia digital, con su respectiva gestión de contenidos e inversión en pauta publicitaria. Gestión de sitios web , sistemas de gestión, dominios, servidores, banco de imágenes y gestor documental, todas herramientas clave para la gestión de la Marca Chile.	01-ene-16	31-mar-17	\$179.600.000

CHILEGLOBAL

<b>Comunicaciones</b>			
<b>ChileGlobal</b>			
<b>Fondos concursables 2016</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
Fondos para apoyar proyectos ejecutados por miembros de la red ChileGlobal, que aborden temáticas definidas como prioritarias, fomentando el intercambio de conocimientos y su vinculación con el país.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 30.000.000
<b>Capacitación red de talentos ChileGlobal</b>			



Actividades de capacitación a redes que hayan obtenido fondos concursables, para instalar en esos grupos conceptos en torno a la importancia de la gestión de la Marca Chile, sus implicancias y el rol que ellos cumplen como embajadores en el exterior.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 12.500.000
<b>Generación de contenido</b>			
Generación de contenidos propios para difusión al interior de la red, según las temáticas definidas como prioritarias.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 6.000.000
<b>Actividad de relacionamiento perfil empresarios</b>			
Actividad en mercado estratégico, como hito dentro del objetivo de ampliar el perfil de miembros de ChileGlobal, incorporando a profesionales y empresarios.	01-ene-16	31-mar-17	\$ 10.000.000
<b>Total Comunicaciones</b>			<b>\$ 622.383.000</b>

#### 2.4.4 FINANZAS Y OPERACIONES

##### DESCRIPCIÓN

El área de Finanzas y Operaciones es la unidad encargada de proporcionar el soporte administrativo, financiero, legal, de recursos humanos, informáticos y control de gestión de la organización. Para el año 2016 se trabajará fuertemente en optimizar los procesos internos con ayuda de plataformas informáticas y herramientas de gestión que permitan controlar las diferentes actividades.

Es importante destacar la labor del área de Finanzas y Operaciones durante el año 2015, que en su misión de optimizar recursos y fortalecer el trabajo operativo de la Fundación, ha logrado reducir en 3 puntos porcentuales la inversión en gastos operativos asignados para el año 2016, junto con un arduo trabajo en el ámbito legal para ir mejorando el cumplimiento de los procedimientos normativos que rigen el uso de los recursos públicos, el cual continuará durante el presente año, para así lograr sólidas bases en la operación de la Fundación.

Sus principales líneas de acción, entre otras, serán:

- Gestión del recurso humano
- Desarrollar y mantener la infraestructura de operación de la Fundación.
- Control y seguimiento del presupuesto y rendiciones presupuestarias de la Fundación
- Control de gestión de cada una de las áreas de trabajo de la Fundación
- Realizar controles de los aspectos jurídicos que rigen la operación de la Fundación.
- Gestión y optimización informática de la Fundación.



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

<b>Finanzas y Operaciones</b>			
<b>Operaciones y Administración</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
Actividades de Mantenimiento de Infraestructura, administración general, Control de Presupuesto y Gestión, tales como: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Servicios Básicos</li> <li>▪ Mantenimiento de Oficina</li> <li>▪ Gastos de Instalaciones (oficina)</li> <li>▪ Garantías</li> <li>▪ Asesoría Contable y Legal</li> <li>▪ Auditoría de Los Estados Financieros</li> <li>▪ Servicios de Honorarios y Traducciones</li> <li>▪ Impuestos</li> <li>▪ Materiales de Escritorio</li> <li>▪ Gastos Reuniones</li> <li>▪ Gastos de Telefonía</li> <li>▪ Transporte</li> <li>▪ Gastos menores</li> <li>▪ Gastos Bancarios</li> <li>▪ Asesoría en Recursos humanos, tales como reclutamiento y Selección de Personal, entre otros.</li> <li>▪ Capacitaciones y gestión de personal</li> </ul>	01-ene-16	31-mar-17	\$227.542.000

<b>Finanzas y Operaciones</b>			
<b>Inversión</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
Mantenimiento de la Infraestructura	01-ene-16	31-mar-17	\$ 3.000.000

<b>Finanzas y Operaciones</b>			
<b>Tecnologías de Información y Comunicaciones</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
Comprende el soporte tecnológico indispensable para el funcionamiento de la institución incorporando la infraestructura tecnológica, seguridad de la misma y su información contenida, así como la mejora continua de nuestros sistemas, cubriendo	01-ene-16	31-mar-17	\$90.070.000



al menos los siguientes puntos, entre otras actividades:

- Arriendo Equipos y sus servicios.
- Pago de Licencias, Antivirus, proveedores informáticos de mensajería y storage.
- Servidores web y certificados
- Soporte y mejoras: Bco Imagenes + Biblioteca
- Compra y/o arriendo de Hardware
- Mejoras en integración de la plataforma y estrategia de viralización e indexación google
- Enlace internet - hosting - housing
- Pago de Dominios Nacionales e Internacionales
- E-mailing
- Desarrollo de CRM Y ERP

<b>Finanzas y Operaciones</b>			
<b>Remuneraciones</b>	<b>Fecha Inicio</b>	<b>Fecha Término</b>	<b>Presupuesto Asignado</b>
Comprende el pago de Remuneraciones del periodo 2016 – 2017	01-ene-16	31-mar-17	\$980.250.000

**Total Finanzas y Operaciones**

**\$ 1.300.862.000**



PROYECTO  
PROGRAMA DE TRABAJO

**FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE 2016**

<b>PROPONENTE:</b>	<b>FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE</b>
<b>AÑO:</b>	<b>2016</b>

<b>Presupuesto Total del Proyecto Fundación Imagen de Chile 2015</b>	
<b>Finanzas y Operaciones</b>	
Remuneraciones	\$ 980.250.000
Operaciones, Informática y Administración	\$ 320.612.000
<b>Marketing Estratégico</b>	\$ 1.051.284.000
<b>Comunicaciones</b>	\$ 622.383.000
<b>Estudios</b>	\$ 252.500.000
<b>Total Proyecto</b>	<b>\$3.227.029.000</b>

(Hay una firma) MYRIAM GÓMEZ INOSTROZA DIRECTORA EJECUTIVA FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE 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 la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales vigente para el año 2016.

**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.

