

24 MAR 2017

REPUBLICA DE CHILE
MINISTERIO DE RELACIONES
EXTERIORES

DIRECCIÓN GENERAL
DE RELACIONES ECONÓMICAS
INTERNACIONALES

APRUEBA CONVENIO ENTRE LA DIRECCIÓN
GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS
INTERNACIONALES Y LA FUNDACIÓN IMÁGEN
DE CHILE

DIRECON OF. DE PARTES
DE CHILE
002766 . 05.04.2017

SANTIAGO, 2 de marzo de 2017

MINISTERIO DE HACIENDA OFICINA DE PARTES		
RECIBIDO		
CONTRALORÍA GENERAL TOMA DE RAZÓN		
RECEPCIÓN 24 MAR. 2017		
DEPART. JURÍDICO	24 MAR. 2017	<i>[Signature]</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. MUNICIP.		
REFRENDACIÓN		
REF. POR \$		
IMPUTAC.		
ANOT. POR \$		
IMPUTAC.		
DEDUC. DTO.		

RESOLUCIÓN AFECTA N° 27

VISTOS: La Ley N° 20.981; el Decreto con Fuerza de Ley N° 53 de 1979, y el Decreto Supremo N°160 de 2016, ambos del Ministerio de Relaciones Exteriores; la Resolución Exenta de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales N° P-651, de 2017; y la Resolución N°1.600 de 2008, de la Contraloría General de la República.



CONSIDERANDO:

1. Que, 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 "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, ambas entidades suscribieron, con fecha 28 de febrero de 2017, un convenio en cumplimiento de lo dispuesto en la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, de la Ley N°20.981, de Presupuestos del Sector Público para el año 2017, que contempla la transferencia de recursos desde la DIRECON a la FUNDACIÓN, por la suma de \$3.880.040.000 (tres mil ochocientos ochenta millones cuarenta mil pesos), debiendo dictarse el correspondiente acto administrativo aprobatorio.



RESUELVO:

I. **APRUÉBASE** el Convenio celebrado con fecha 28 de febrero de 2017, entre la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales y la Fundación Imagen de Chile, cuyo texto se inserta y es el siguiente:

CONVENIO

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

Y

FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE



En Santiago, Chile, a 28 de febrero de 2017, 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, doña **PAULINA NAZAL ARANDA**, chilena, ingeniero comercial, cédula de identidad N° 7.363.897-6, 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 don **JORGE CORTÉS RODRÍGUEZ**, chileno, ingeniero civil, cédula de identidad N° 14.117.992-6, y doña **JESSICA MATUS ARENAS**, chilena, abogado, cédula de identidad N° 13.450.419-6, domiciliados 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°20.981, de Presupuestos del Sector Público para el año 2017, 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 \$3.880.040.000 (tres mil ochocientos ochenta millones cuarenta 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 \$1.009.658.000.- (mil nueve millones seiscientos cincuenta y ocho 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-651, de 16 de febrero de 2017, **DIRECON** aprobó el proyecto N° 1748000 denominado, **PROGRAMA DE TRABAJO 2017-FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**, en adelante el **PROYECTO**, por un total de \$3.880.040.000 (tres mil ochocientos ochenta millones cuarenta 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.

PRIMERA: COSTOS DE EJECUCIÓN Y TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS

En cumplimiento de lo expresado precedentemente, **DIRECON** transferirá a **LA FUNDACIÓN** hasta la cantidad de \$3.880.040.000 (tres mil ochocientos ochenta millones cuarenta 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 \$1.940.020.000 (mil novecientos cuarenta millones veinte mil 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 \$1.940.020.000 (mil novecientos cuarenta millones veinte mil pesos) será anticipada por **DIRECON** a **LA FUNDACIÓN** cuando ésta haya cumplido con la obligación de ejecutar al menos del 80% de los recursos anticipados en la primera cuota y se hayan cumplido las condiciones que se indican a continuación.

La transferencia de recursos deberá efectuarse a más tardar el 31 de diciembre de 2017

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, que fija normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas, 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 por la Contraloría General de la República.
- 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 \$1.940.020.000 (mil novecientos cuarenta millones veinte mil pesos) monto equivalente a la primera cuota de la transferencia, con fecha de vencimiento no anterior al 30 de septiembre de 2017.

Si llegado el día 31 de agosto de 2017 **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 \$1.940.020.000 (mil novecientos cuarenta millones veinte mil 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 2018



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.

Una vez aprobadas las respectivas rendiciones de cuentas, La **FUNDACIÓN** podrá solicitar a **DIRECON** la autorización para sustituir las garantías vigentes por otras cauciones de igual naturaleza, por montos equivalentes a los saldos cuya rendición de cuentas no se encuentre aprobada.

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 -Programa de Trabajo

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- La Gerencia de **Planificación Estratégica** de Imagen de Chile: encargada de posicionar la Marca Chile a partir de sus atributos y ventajas competitivas, a través del diseño, implementación y actualización de herramientas de investigación, de la formulación y evaluación de planes estratégicos generales y sectoriales, y de la articulación de actores públicos y privados relevantes.
- 2- La Gerencia de **Comunicaciones y Marketing**: encargada de proponer, gestionar, supervisar y evaluar, la estrategia de comunicaciones de imagen país a nivel nacional e internacional. Ello implica posicionar los atributos distintivos de Chile a través de campañas de marketing, gestión de prensa nacional e internacional, relaciones públicas y de -articulación de la red de chilenos destacados en el extranjero-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.
- 3- La Gerencia de **Diseño y Producción**: encargada de planificar, desarrollar y gestionar proyectos gráficos, editoriales, presenciales y audiovisuales de Imagen de Chile, que agreguen valor a la imagen del país en el extranjero; desarrollar conceptos comunicacionales y herramientas de comunicación gráfica; asesorar creativamente a actores claves y grandes constructores de Imagen País y de dirigir, organizar, coordinar y supervisar la producción de material promocional de la Marca Chile destinado a posicionar Chile a nivel nacional e internacional, velando por el desarrollo y la coherencia conceptual que se comunica y el buen uso de la Marca Chile. Además, está encargada de dirigir y monitorear las labores administrativas y logísticas para la organización de eventos de promoción que organice o en los que participe.



- 4- La Gerencia **Legal**: encargada de brindar la asesoría legal para todos los procesos internos y externos en los que participe la Fundación, además de hacer seguimiento a la implementación de la estrategia de incorporación de la Marca Chile en productos y/o servicios a través del programa de Licenciamiento.
- 5- La Gerencia de **Finanzas y Tecnologías de la Información**: encargada de dirigir y controlar los procesos financieros, de recursos humanos, tecnológicos y de servicios generales con el fin de asegurar el control operacional y una financiación óptima para las actividades de la organización, la información presupuestaria y de gestión requerida para la toma de decisiones, el cumplimiento de las políticas y estándares definidos, junto con la operatividad de la organización. Además, liderar y supervisar la ejecución de proyectos digitales estratégicos para posicionar Chile a través de las redes sociales y sus plataformas web en coordinación con los principales socios estratégicos.

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 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- 637, de 30 de mayo de 2016, 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 Programa de Trabajo del presente



convenio, permitiendo constatar que los gastos efectuados son coherentes con las actividades. En caso de ser necesario, dicha contraparte podrá solicitar a la **FUNDACIÓN** mayores antecedentes que le permitan efectuar una revisión más detallada de las actividades.

- a.4. Señalar el tipo de informe, estudio, etc., y la fecha de su remisión a **DIRECON**, a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en la cláusula **NOVENA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL**, de este Convenio.-

DIRECON dispondrá de 10 días hábiles, a contar de su recepción, para aprobar u objetar, por escrito, los informes de contenido técnico. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **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 tratare del informe técnico final que debe entregarse en el mes de abril de 2018, 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 Tecnologías de la Información 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 adquiera un pasaje en otra clase, se deberán adjuntar tres cotizaciones del mismo pasaje en clase económica, emitidas el mismo día de la compra y para el mismo vuelo y fecha; en tal caso, se podrá rendir el monto 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. Corresponderá imputar el 100% del viático sólo en los casos 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 **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.

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

Igualmente, en el marco de actividades vinculadas a los objetivos del proyecto a ejecutar con cargo a los recursos que se le transfieran, **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 de un voucher o comprobante, en éste se deberá detallar el monto a cambiar y su equivalente en dólares indicando el tipo de cambio utilizado. En ambos casos, se deberá adjuntar el detalle de los gastos que serán pagados con este movimiento, el que deberá ser coincidente entre el monto total de la moneda extranjera obtenida y el valor total de los gastos a pagar.

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

DIRECON dispondrá de 15 días hábiles, contados desde la aprobación del informe técnico respectivo, para aprobar u objetar los informes de rendición de cuenta de los gastos mensuales. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **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 aclare la discrepancia dentro del plazo dispuesto para ello, **DIRECON** rechazará la respectiva rendición de cuenta de gastos.

c) OTROS INFORMES

Previo a la segunda 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°06, de la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02 de la Ley N° 20.981.

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 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. .

SIXTA: SEGUIMIENTO Y CONTROL

DIRECON mantendrá un permanente seguimiento, de las acciones vinculadas a la ejecución del **PROYECTO**, lo cual hará mediante el análisis y evaluación de las actividades ejecutadas por **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 Director(a) Ejecutivo(a), o quien lo reemplace.

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

SÉPTIMA: SANCIONES

Si ocurriere el evento a que se hace referencia en la Cláusula Segunda 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**, debiendo aquélla remitir a **DIRECON**, copia de los mismos, dentro de los 15 días corridos, siguientes a su obtención

Las copias remitidas no deberán volver a adjuntarse al momento de efectuar los Informes Técnicos Mensuales, establecidos en la cláusula CUARTA de este convenio.

Respecto de las marcas comerciales, nombres de dominio y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO**, **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 2018, 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 2017.

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

Las actividades de continuidad o buen servicio que la Fundación Imagen de Chile, son las siguientes:

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

No obstante lo precisado anteriormente, en ningún caso los gastos originados en dicho periodo podrán exceder el 15% del valor total de la transferencia a que se hace referencia en el punto **PRIMERO** del presente convenio.

DÉCIMA PRIMERA: 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 doña Paulina Nazal Aranda, para representar a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Decreto Supremo N°160 de 24 de octubre de 2016, del Ministerio de Relaciones Exteriores. La personería de don Jorge Cortés



Rodríguez y de doña Jessica Matus Arenas, para representar a la fundación imagen de chile, consta de Acta de Sesión de Directorio de fecha 9 de agosto de 2016, reducida a escritura pública con fecha 10 de agosto de 2016, ante el Notario Público de Santiago, don Luis Latorre Martín, suplente de la titular, doña Myriam Amigo Arancibia, documentos que no se insertan por ser conocidos de las partes.

(Hay una firma)

PAULINA NAZAL ARANDA

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

(Hay una firma)

JORGE CORTÉS RODRÍGUEZ

Fundación Imagen de Chile

(Hay una firma)

JESSICA MATUS ARENAS

Fundación Imagen de Chile

**ANEXO
PROGRAMA DE TRABAJO 2017
FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**

**PROGRAMA DE TRABAJO 2017
Fundación Imagen de Chile**

<i>Datos del proyecto</i>	
Nombre del proyecto	Programa de trabajo 2017 - Fundación Imagen de Chile
Fecha de inicio	01 de abril de 2017
Fecha de término	31 de marzo de 2018

I. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Fundación Imagen de Chile es una persona jurídica de derecho privado fines de lucro, financiada con recursos públicos, que nació en 2009 con la misión de promover la imagen de Chile a nivel internacional, por medio de la gestión de la marca país, para contribuir a su competitividad. La institución cuenta con un Directorio presidido por el Ministro de Relaciones Exteriores e integrado por 18 destacadas personalidades del sector público y privado, pertenecientes a distintos ámbitos del quehacer nacional.

En este sentido, su rol es gestionar la marca país, articulando la labor de los principales sectores que construyen imagen, tales como cultura, deporte, exportaciones, inversiones, turismo y relaciones internacionales, entre otros. Para ello, desarrolla alianzas estratégicas con actores del sector público y privado, que permiten alinear el mensaje en torno a Chile y posicionar, a través de sus acciones, los atributos distintivos de nuestra identidad, basándose en tres 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 un 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.

Así, Fundación Imagen de Chile articula la estrategia que apunta a 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 dé coherencia entre lo comercial, económico, cultural, político y social.

Dicha estrategia implica el desarrollo de acciones de posicionamiento que incluyen campañas de marketing, difusión en prensa internacional, 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.

Durante el año 2017, se continuará articulando los esfuerzos por fortalecer la imagen de Chile, resguardando el capital de marca conseguido y avanzando en dar a conocer los atributos hasta ahora no relevados, tanto en nuestro país como en el extranjero. Además, profundizará sus acciones de promoción, realizando diversas actividades, siendo la principal una campaña en el sector de servicios que permita promover a Chile como un gran exportador de servicios captando presencia en medios y eventos especializados; además, del fortalecimiento de la estrategia de marketing digital potenciando la difusión de la Marca País por medio de activaciones digitales en mercados estratégicos; y finalmente, ampliando la red ChileGlobal con el objetivo de incorporar un mayor número de empresarios y ejecutivos.

II. PLAN DE TRABAJO 2017

Para el año 2017, Fundación Imagen de Chile continuará focalizando sus esfuerzos en promover la imagen de Chile a nivel internacional, por medio de la gestión de la marca país, para contribuir a mejorar su posicionamiento y competitividad.

Resulta fundamental invertir y gestionar la marca país. Existen múltiples razones para ello, pero sin duda una imagen bien lograda es una forma de

desarrollo y aporta coherencia de los distintos sectores con presencia internacional. Además, permite diferenciarse por medio de una identidad competitiva y robustece la reputación del país, atributo crucial en la imagen de un país.

Lo primordial es que la imagen que se tiene de un país determina la decisión de visitarlo, de comprar sus productos, de estudiar o invertir en él. Por tanto, su fortalecimiento o consolidación es la que permite incrementar las oportunidades para la atracción de talentos, exportaciones, inversiones, turismo, relaciones internacionales, etc. En definitiva, aumentar la influencia política y cultural del país, lo que suele denominarse el *Soft Power* de una nación.

Por lo anterior, es muy importante construir y fortalecer una identidad única, que apunte a que Chile sea considerado por otros como un destino deseado y elegido en las diferentes áreas de promoción, sobre todo en un escenario altamente competitivo y de alta inversión como lo es nuestra región. Para lo cual deberá existir una debida coordinación con las políticas de promoción comercial de ProChile y de atracción de inversiones de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera.

De esta forma, una primera línea de trabajo para el año 2017 estará focalizada en el desarrollo de actividades específicas que impacten directamente al fomento del sector servicios, el cual contribuye significativamente a la economía doméstica de los países, en términos de productividad y creación de empleo, y además constituye un pujante y dinámico ámbito del comercio internacional. Esto, a través del desarrollo de un plan de comunicación internacional y de actividades de apoyo a la nueva marca del sector servicios, la cual nos permitirá posicionarnos como un exportador de servicios diferenciándonos de otros países latinoamericanos y llegar al 2020 a la meta de doblar las exportaciones de servicios, específicamente en los sectores de capital humano, conectividad física y digital, y aspectos regulatorios. Para lo cual deberá ser consistente con las Marcas Sectoriales vigentes del sector servicios y presentadas al Consejo de Marcas Sectoriales. Asimismo, toda actividad de promoción de servicios deberá ser coordinada y articulada previamente con ProChile para que haya consistencia con las políticas públicas de promoción comercial.

Es importante destacar que las economías más exitosas han desarrollado estrategias de exportación de servicios basadas en la coordinación intergubernamental que se organizan en programas nacionales, en el marco de Políticas Públicas integrales para fortalecer la exportación. De hecho, la exportación de servicios creció en múltiples países destacándose en el mundo los casos de Finlandia y Australia. Impulsando la tendencia de la demanda global a un mayor consumo por dicho sector, debido principalmente al aumento de los ingresos en los principales mercados de exportación.

Finalmente, debemos seguir construyendo una Marca Chile basada en la identidad nacional y la participación de todas las regiones. Por lo tanto, se mantiene la continuidad de iniciativas como:

- 1) Se potenciará la **estrategia de marketing digital** fortaleciendo la difusión de la Marca País por medio de activaciones digitales en mercados estratégicos;
- 2) Se ampliará la **red ChileGlobal** con el objetivo de incorporar un mayor número de empresarios y ejecutivos;
- 3) El **programa "Chile que te Quiero"** que busca relevar la riqueza de cada región en la promoción de Chile a nivel internacional a través de una activación digital de alto impacto;
- 4) El **programa de uso de marca** que pretende promover el valor de origen principalmente en mercados internacionales;
- 5) El **programa de embajadores de marca**, a través del cual se buscará hacer parte a los chilenos en la promoción internacional de nuestro país;
- 6) Se intensificarán las **gestiones con medios del extranjero**, incorporando el trabajo de agencias de comunicaciones en mercados de destino de tal forma de incrementar la presencia de los atributos favorables del país en la prensa internacional;
- 7) Se convocará **prensa nacional a actividades que se realicen en el extranjero** y a la vez se desplegará una nueva fase del plan de relacionamiento, con fuerte énfasis en la llegada a las regiones (tanto en medios como en líderes de opinión locales);
- 8) Se continuará con los **análisis de tendencias**, incluyendo la realización de mediciones y estudios de percepción en mercados prioritarios y seguimiento de los indicadores de Marca País.

Estos ejes de acción orientarán las actividades de cada Gerencia de la Fundación, que se han consignado en el Plan General de Trabajo 2017. 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.

III. MACRO – ACTIVIDADES 2017

1. GERENCIA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La Gerencia de Planificación Estratégica de Imagen de Chile está encargada de posicionar la Marca Chile a partir de sus atributos y ventajas competitivas, a través del diseño, implementación y actualización de herramientas de investigación, de la formulación y evaluación de planes



estratégicos generales y sectoriales, y de la articulación de actores públicos y privados relevantes.

Las principales funciones, por tanto, son:

- a) **Gestión:** Fortalecer y cautelar la calidad técnica y estratégica de los estudios realizados directamente a través de la Fundación o de Socios Estratégicos.
- b) **Valor Agregado:** Darle valor al conocimiento disponible para los principales constructores de marca país - y Socios FICH-, apoyando el diagnóstico, diseño, implementación de planes sectoriales y recomendaciones estratégicas.
- c) **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 y principalmente con la colaboración de socios estratégicos.

La Gerencia de Planificación Estratégica a través de las sub-áreas de "Investigación & Estudios" y "Estrategia & Sectores" ejecutará las siguientes actividades:

1.1. Investigación & Estudios

1. Gerencia de Planificación Estratégica			
1.1. Investigación & Estudios	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
1.1.1. Posicionamiento global			
<p>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.</p> <p>Entre los principales proyectos a desarrollar, se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Estudio Nation Brands Index (NBI) 2017 o Tracking Latam 2017 o Tracking Mundial de Reputación en Líderes de Opinión 2017, entre otros. 	01 junio de 2017	31 marzo de 2018	\$ 90.000.000
1.1.2. Estudios temáticos			
<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>	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 70.706.500



Entre las actividades previstas, se proyecta realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> o Dos estudios temáticos (relación identidad / marca país) o Proyecto Chile mira a Chile (modelo NBI) o Estudio de Identidad "Chilenos en el Exterior", entre otros. 			

1.1.3. Gestión de Marca País	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
<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 estrategicamente sectores de acción.</p> <p>Esta línea de acción se llevará a cabo principalmente a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Evaluaciones de activaciones de marca país (3) o Benchmarking Innovación & Emprendimiento o Ejecución Benchmarking Marca País, entre otros 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 50.000.000
1.1.4. Desarrollo institucional / difusión			
<p>Con el fin de socializar los trabajos realizados e información relevante generada por Imagen de Chile a audiencias claves, es que se realizará:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Difusion general de estudios. o Estado del arte de marca país. o Asistencia a seminarios y foros o Evaluación Imagen de Chile 2016, entre otros. 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 21.000.000
Total Investigación & Estudios			\$ 231.706.500

1.2. Estrategia & Sectores

1. Gerencia de Planificación Estratégica			
1.3. Estrategia & Sectores	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
1.2.1. Campaña Marca Servicios (E&A)			
<p>Promover a Chile como un gran exportador de servicios captando presencia en medios y eventos especializados, lo que deberá ser coordinado y articulado previamente con ProChile para que haya una consistencia con las políticas públicas de promoción comercial, que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Campaña digital en redes sociales o Presencia en ferias y eventos del sector servicios o Activaciones BTL 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$182.000.000

1.2.2. Acciones alineadas con sectores / socios priorizados			
Potenciar los atributos distintivos de Chile a través de los diferentes sectores priorizados. Innovación y creatividad; Calidad exportadora; Ciencia-Tecnología; Oferta turística-Cultural	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$90.000.000
1.2.3. Acciones ad-hoc lideradas por Imagen de Chile			
Amplificar la visibilidad de la marca país y su contenido en eventos específicos anuales de los socios estratégicos	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$40.000.000
Total Estrategia y Alianzas			\$ 312.000.000

Total Gerencia de Planificación Estratégica

\$543.706.500

1.3. Metas Gerencia de Planificación Estratégica

#	Área	Meta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de Verificación
1	Investigación & Estudios	Posicionamiento Global :8 presentaciones a socios estratégicos y público relevante (Nation Brands Index y otros estudios de posicionamiento global)	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Lista de instituciones a las cuales se presentaron los informes
2	Investigación & Estudios	Estudios Temáticos: 8 presentaciones a socios estratégicos y público relevante (Temáticos; Chile mira a Chile; Identidad en el exterior)	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Lista de instituciones a las cuales se presentaron los informes
3	Investigación & Estudios:	Gestión de Marca País: 8 presentaciones a socios estratégicos y público relevante (Evaluaciones de activaciones de marca país; Benchmarking Marca País; Benchmarking Innovación & Emprendimiento)	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Lista de instituciones a las cuales se presentaron los informes
4	Investigación & Estudios	Desarrollo Institucional / Difusión : 2 encuentros / eventos / seminarios de difusión de estudios	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Lista de instituciones participantes de eventos / seminarios
5	Estrategia & Sectores	Al menos 5 socios estratégicos usen la Marca Chile en cobranding en eventos de alta visibilidad	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Lista de los eventos de alta visibilidad
6	Estrategia & Sectores	70% de menciones positivas en acciones propias	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Encuesta realizada en acciones propias
7	Estrategia & Sectores	50% de recordación de Marca Chile en las acciones propias	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Encuesta realizada en acciones propias



2. GERENCIA DE COMUNICACIONES Y MARKETING

La Gerencia de Comunicaciones y Marketing tiene como misión proponer, gestionar, supervisar y evaluar la estrategia de comunicaciones de la imagen país a nivel nacional e internacional. Ello implica posicionar los atributos distintivos de Chile a través de campañas de marketing, gestión de prensa nacional e internacional, relaciones públicas y la articulación de la red de chilenos destacados en el extranjero -ChileGlobal- que agrupa a empresarios, estudiantes y profesionales chilenos que viven en el extranjero y comparten el interés conjunto por vincularse con Chile para aportar con sus conocimientos y contribuir al desarrollo del país. Para todas esas acciones, considera los lineamientos emanados de la Gerencia de Planificación Estratégica.

Las principales funciones, por tanto, son:

- a) **Difundir actividades y contenidos estratégicos** para el posicionamiento de Chile, tanto en medios nacionales como internacionales.
- b) **Visibilizar la labor de la institución** y el valor agregado que ésta implica para los actores públicos y privados.
- c) **Gestionar la red de talentos** de Imagen de Chile, ChileGlobal.
- d) **Monitorear** de manera constante la **presencia de Chile** en medios extranjeros, generando informes previamente definidos.
- e) Implementar **activaciones y campañas de marketing** en mercados y sectores priorizados.

La Gerencia de Comunicaciones y Marketing a través de las áreas de "Comunicaciones" y "Marketing" ejecutará las siguientes actividades:

2.1. Comunicaciones

2. Gerencia de Comunicaciones y Marketing			
2.1. Subgerencia de Comunicaciones	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
2.1.1. Monitoreo de medios de comunicación y generación de informes sistemáticos			
Sistemas de monitoreo de medios para revisar y cuantificar de manera permanente la presencia de la institución, y las temáticas que impactan la imagen país en medios nacionales. 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.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 63.710.000
Elaboración y/o Edición de contenidos e informes sectoriales a la presencia de Chile en medios internacionales que ayuden a difundir y posicionar los contenidos gestionados por Imagen de Chile y el valor agregado que estos implican			



para las distintas instituciones			
2.1.2. Plan de relacionamiento			
Acciones de difusión a nivel de opinión pública que permitan visibilizar a la institución y el valor agregado que su gestión representa. Dicha validación es clave para una efectiva gestión de la Marca Chile, que convoca y comprometa a los diferentes stakeholders (pautas de prensa, reuniones con medios de comunicación, instancias de presentación de contenidos, especiales en medios, etc).	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 60.000.00
2.1.3. Plan de difusión en prensa nacional			
Estrategia de prensa nacional que tiene como objetivo validar a la institución a nivel de opinión pública y generar identificación y comprometer a los chilenos con la promoción de la marca país. Implica: <ul style="list-style-type: none"> o Ejecución del Plan estratégico de comunicaciones o Viajes de prensa chilena a las iniciativas en el extranjero o Viajes de prensa de medios nacionales a actividades en regiones 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$61.000.000

2.1.4. Plan de difusión en prensa internacional	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
Estrategia de prensa internacional para posicionar los atributos distintivos de Chile ante audiencias del exterior, con foco en mercados priorizados, por medio de viajes de prensa extranjera a Chile y conferencias a corresponsales de medios internacionales instalados en el país. <ul style="list-style-type: none"> o 7 viajes de prensa internacional a Chile o 12 Conferencias de prensa a corresponsales o Trabajo con agencias de medios en momentos de ejecución de campañas en el extranjero o Premiación concurso de reportajes de Chile 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$223.000.000
Total Comunicaciones			\$ 407.710.000

2.2. ChileGlobal	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
2.1.5. Fondos concursables ChileGlobal 2017			
Fondos para apoyar 7 redes estratégicas de talentos chilenos en el extranjero, cuyos proyectos a largo plazo permitan relevar aspectos favorables de nuestra identidad competitiva.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 44.000.000
2.1.6. Conferencia de investigadores en Estados Unidos			
Posicionar atributos favorables del país en un mercado estratégico, visibilizando su capital humano y aportes globales en términos de ciencia tecnología e innovación	01 junio de 2017	31 marzo de 2018	\$ 19.858.000
2.1.7. Capacitación red de talentos ChileGlobal			
Actividades de capacitación a miembros de redes que hayan obtenido fondos concursables, con el	01 abril	31 marzo	\$ 8.332.000



fin de comprometerlos en la gestión de la marca Chile y generar conciencia en torno a su rol de embajadores de nuestros atributos en el extranjero.	de 2017	de 2018	
2.1.8. Elaboración de contenidos Red ChileGlobal			
Generación de contenidos propios para difusión al interior de la red, que permitan mantener activa la plataforma ChileGlobal, difundiendo temas acorde a los sectores priorizados. Incluye serie audiovisual que recoja testimonios de miembros destacados	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 10.000.000
Total ChileGlobal			\$ 82.190.000

2.2. Marketing

2. Gerencia de Comunicaciones y Marketing			
2.2. Marketing	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
2.2.1. Continuidad campaña nacional "Chile que te quiero"			
Invitar a los chilenos a conocer mejor las bondades de nuestro país para promoverlo, acoger a los turistas y mejorar la tasa de servicio, utilizando los contenidos de "Chile que te quiero Fase I"	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$80.000.000
2.2.2. Campaña Programa de Embajadores			
Contribuir al posicionamiento de la imagen país en mercados objetivos, a través de personajes que proyecten la identidad competitiva de Chile.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$87.367.000
2.3.3. Campaña internacional en mercado			
Realizar campaña de imagen país con foco en mercado prioritario, entregando una experiencia Chile, a través de diferentes acciones de promoción bajo un mismo concepto que involucre a los sectores de inversiones, exportaciones, turismo y cultura.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 192.174.000
2.3.4. Programa Licenciamiento			
Robustecer la Marca País Chile, a través de la masificación de su uso con empresas para posicionar Chile tanto en el país como en el exterior. Se buscará ampliar los beneficios del programa y eficientar el proceso de trabajo con los usuarios. Se pondrá foco en los siguientes sectores: gastronomía, turismo, economía creativa y alimentos.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 84.000.000
2.3.5. Campaña Marca Servicios			
Campaña de marketing, liderada por Imagen de Chile en coordinación con socios clave del sector, para posicionar las ventajas distintivas de Chile como exportador de servicios al alero de la marca lanzada en 2016, lo que deberá ser coordinado y articulado previamente con ProChile para que haya una consistencia con las políticas públicas de promoción comercial.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 230.000.000
Total Marketing			\$ 673.541.000

Total Gerencia de Comunicaciones y Marketing

\$1.163.441.000

2.3. Metas Gerencia de Comunicaciones y Marketing



#	Área	Meta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de Verificación
1	Comunicaciones: Prensa nacional	Obtener al menos 500 publicaciones en medios de prensa nacional de alto alcance relevando actividades y/o temáticas clave para la imagen país	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Informes de prensa mensuales con estadísticas de publicaciones
2	Comunicaciones: Prensa internacional	Obtener al menos 1000 publicaciones en medios de prensa internacional, que releven los atributos distintivos de Chile ante audiencias de mercados priorizados	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Informes de prensa mensuales con estadísticas de publicaciones
3	ChileGlobal	Contar con al menos 10 redes de talentos en el extranjero alineadas a la Marca Chile, en términos de contenidos y gráficas.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Registro de publicaciones y actividades de las redes en el extranjero,
4	Marketing	Tener 7 embajadores activos	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Nombramiento público de los embajadores
5	Marketing	100% cobertura regional programa Chile que te Quiero	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Estadísticas de alcance de la campaña digital
6	Marketing	200 nuevos usuarios de la marca	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Lista de participantes

3. GERENCIA DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN

La Gerencia de Diseño y Producción está encargada de planificar, desarrollar y gestionar proyectos gráficos, editoriales, presenciales y audiovisuales de Imagen de Chile, que agreguen valor a la imagen del país en el extranjero; desarrollar conceptos comunicacionales y herramientas de comunicación gráfica; asesorar creativamente a actores claves y grandes constructores de Imagen País y de dirigir, organizar, coordinar y supervisar la producción de material promocional de la Marca Chile destinado a posicionar a nuestro país a nivel nacional e internacional, velando por el desarrollo y la coherencia conceptual que se comunica y el buen uso de la Marca Chile. Además, está encargada de dirigir y monitorear las labores administrativas y logísticas para la organización de eventos de promoción que organice o en los que participe.

Las principales funciones, por tanto, son:

- a) **Diseño y Producción** de material gráfico y audiovisual para el posicionamiento de Chile, a través de producciones fotográficas, audiovisuales, impresos, gráfica ambiental, producción multimedia y otro material promocional.



b) Liderar y monitorear la producción de **Eventos** y la elaboración de **merchandising** de acuerdo a la estrategia definida para la Marca Chile.

La Gerencia de Diseño y Producción a través de las área de "Diseño y producción" y "Eventos y Merchandising", ejecutará las siguientes actividades:

3.1. Diseño y Producción

3. Gerencia de Diseño y Producción			
3.1. Diseño y Producción	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
3.1.1. Generación de material audiovisual			
Generación de contenidos audiovisuales para sectores específicos.			
<ul style="list-style-type: none"> o Gestión de archivo audiovisual o Serie promocional Marca Chile o Producciones audiovisuales Marca Chile - Socios estratégicos o Producciones fotográficas y mantención Banco de Imágenes 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$132.618.172
3.1.2. Elementos gráficos y activaciones			
Fee mensual agencia publicidad. Asesoría en diseño y producción gráfica			
<ul style="list-style-type: none"> o Mobiliario e indumentaria "Chilena" - Objeto Chileno 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$74.824.000
Total Diseño y Producción			\$ 207.442.172

3.2. Eventos y Merchandising

3. Gerencia de Diseño y Producción			
3.2. Eventos y Merchandising	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
3.2.1. Merchandising			
<ul style="list-style-type: none"> o Desarrollo de nuevos productos de diseño de excelencia a partir de la convocatoria - Objeto "Chileno" y/o de otras propuestas de agencias de diseño. o Compra de piezas VIP o Mantención de Stock - Público especial o Mantención de Stock - Material Masivo o Bodegaje, envío de material y producción. 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$222.166.438
Total Eventos y Merchandising			\$ 222.166.438

Total Gerencia de Diseño y Producción

\$429.608.610

3.3. Metas Gerencia de Diseño y Producción

#	Área	Meta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de Verificación
1	Diseño y Producción	Contar con al menos 3 elementos de diseño chileno	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Ganadores concurso público
2	Diseño y Producción	150 videos para RRSS	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Publicación de los videos en RRSS



4. GERENCIA LEGAL

La Gerencia Legal: encargada de brindar la asesoría legal para todos los procesos internos y externos en los que participe la Fundación, además de hacer seguimiento a la implementación de la estrategia de incorporación de la Marca Chile en productos y/o servicios a través del programa de Licenciamiento.

La Gerencia Legal ejecutará las siguientes actividades:

4. Gerencia Legal			
	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
4.1 Asesorías Legales	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 20.000.000
Total Legal			\$ 20.000.000

Total Gerencia Legal

\$20.000.000

4.1. Metas Gerencia Legal

#	Área	Meta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de Verificación
1	Asesorías Legales	Elaborar en tiempo y forma los convenios asociados a las distintos componentes del Plan de Trabajo	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	Resumen de contratos realizados mensualmente

5. GERENCIA DE FINANZAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

La Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información tiene como misión dirigir y controlar los procesos financieros, de recursos humanos, tecnológicos y de servicios generales con el fin de asegurar el control operacional y una financiación óptima para las actividades de la organización, la información presupuestaria y de gestión requerida para la toma de decisiones, el cumplimiento de las políticas y estándares definidos, junto con la operatividad de la organización.

Además liderar y supervisar la ejecución de proyectos digitales estratégicos para posicionar Chile a través de las redes sociales y sus plataformas web en coordinación con los principales socios estratégicos.

Las principales funciones, por tanto son:

- a) **Finanzas y control de gestión:** Dirigir y controlar el cumplimiento de los registros contables, las políticas financieras, la ejecución presupuestaria y el control de gestión.
- b) **Recursos humanos y administración general:** Definir y controlar el cumplimiento de las políticas y procedimientos de recursos humanos junto con controlar los procesos de servicios generales.

c) **Tecnologías de la información:** Implementar proyectos informáticos que permitan optimizar los procesos internos de la organización junto con dar soporte en materias de software y hardware.

d) **Marketing digital:** Proponer y coordinar la implementación de proyectos digitales, administrar las plataformas digitales y gestionar sus contenidos, contribuyendo al posicionamiento de la Marca Chile.

La Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información, a través de las áreas de "Marketing Digital" y "Administración y Finanzas", ejecutará las siguientes actividades:



5.1. Marketing Digital

5. Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información			
5.1. Marketing Digital	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
5.1.1. Campañas y activaciones digitales			
Diseño e implementación de campañas y activaciones digitales:			
<ul style="list-style-type: none"> o Activaciones digitales en mercados estratégicos o Activaciones digitales con influenciadores y activaciones en mercado Chino o Campaña digital mes de la chilenidad 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 242.870.000
5.1.2. Generación y difusión de contenidos y Pauta en medios digitales			
Implementación de la estrategia digital, con su respectiva gestión de contenidos e inversión en pauta publicitaria. Sistemas para la 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 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$ 159.240.000
Total Marketing Digital			\$ 402.110.000

5.2. Remuneraciones

5. Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información			
5.2. Remuneraciones	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
5.2.1 Pago de remuneraciones			
Comprende el pago de Remuneraciones del periodo Abril 2017 - Marzo 2018	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$1.009.658.000
Total Remuneraciones			\$1.009.658.000



5.3. Administración y Finanzas

5. Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información			
5.3. Administración y Finanzas	Fecha Inicio	Fecha Término	Presupuesto Asignado
5.3.1. Administración y Finanzas			

<p>Actividades de Mantenimiento de Infraestructura, administración general, Control de Presupuesto y Gestión, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios Básicos ▪ Mantenimiento de Oficina ▪ Gastos de Instalaciones (oficina) ▪ Garantías ▪ Asesoría Contable y de RRHH ▪ Auditoría de Los Estados Financieros ▪ Servicios de Honorarios y Traducciones ▪ Impuestos ▪ Materiales de Escritorio ▪ Gastos Reuniones ▪ Gastos de Telefonía ▪ Transporte ▪ Gastos menores ▪ Gastos Bancarios ▪ Inversión ▪ Tecnologías de información ▪ Capacitaciones y gestión de personal 	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	\$311.515.890
Total Administración y Finanzas			\$ 311.515.890

Total Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información

\$1.723.283.890

5.4. Metas Gerencia de Finanzas y Tecnologías de la Información

#	Área	Meta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de Verificación
1	Marketing Digital	Realizar dos campañas digitales para visibilizar proyectos clave dentro de la gestión de la Marca Chile	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Presentaciones y/o impresión que muestren las campañas digitales extraídas de internet. - Cifras de alcance de las campañas.
2	Marketing Digital	Incrementar en un 20% el alcance (número de seguidores) e interacción a través de la implementación de campañas y/o activaciones digitales	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Cifras de seguidores de las RRSS - Cifras de engagement de las campañas implementadas
3	Administración y Finanzas	Implementar o mejorar el sistema de gestión de proyectos, orientado a efficientar los procesos internos.	01 abril de 2017	31 marzo de 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de mejoras realizadas al sistema de gestión de proyectos, junto con fotografías del sistema.



PROYECTO
PROGRAMA DE TRABAJO
FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE 2017

PROPONENTE:	FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE
AÑO CONVENIO:	2017

Presupuesto Total del Proyecto Fundación Imagen de Chile 2017	
Planificación Estratégica	\$ 543.706.500
Comunicaciones y Marketing	\$ 1.163.441.000
Diseño y Producción	\$ 429.608.610
Legal	\$20.000.000
Finanzas y Tecnologías de la Información	
Marketing Digital	\$ 402.110.000
Administración y Finanzas	\$ 311.515.890
Remuneraciones	\$ 1.009.658.000
Total Proyecto	\$ 3.880.040.000

(Hay una firma)
JORGE CORTÉS RODRÍGUEZ
FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

(Hay una firma)
JESSICA MATUS ARENAS
FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

II. **IMPÚTESE** el gasto a la Partida 06, Capítulo 02, Programa 02, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, correspondiente al presupuesto en moneda nacional de DIRECON vigente para el año 2017.

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



IV. PUBLÍQUESE una vez tramitada la presente resolución, en el portal web de Gobierno Transparente de este Servicio, a objeto de dar cumplimiento a lo previsto en el literal g) del artículo 7° de la Ley N° 20.285 sobre Acceso a la Información Pública y en el artículo N° 51 de su Reglamento. Asimismo, y en cumplimiento de la Ley N° 19.628 sobre Protección de la Vida Privada, omítanse, los datos personales que contenga esta resolución para el sólo efecto de su publicación en el sitio electrónico de Gobierno Transparente.

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



PAULINA NAZAL ARANDA
Directora General

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales

FGV/MTS

Distribución:

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



