

REPUBLICA DE CHILE

MINISTERIO DE RELACIONES
EXTERIORES
DIRECCIÓN GENERAL
DE PROMOCION DE EXPORTACIONES

APRUEBA CONVENIO ENTRE LA
DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES Y LA FUNDACIÓN
IMAGEN DE CHILE

21 de Marzo de 2024

MINISTERIO DE HACIENDA OFICINA DE PARTES		
RECIBIDO		
CONTRALORÍA GENERAL TOMA DE RAZÓN RECEPCIÓN		
DEPART. JURÍDICO		
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. _____		

RESOLUCION AFECTA N° 2

VISTOS: La Ley N° 21.640 de presupuestos del sector público correspondiente al año 2024; la Ley N° 21.080, que modifica diversos cuerpos legales con el objeto de modernizar el Ministerio de Relaciones Exteriores; el Decreto Supremo N° 21 de 2023 del Ministerio de Relaciones Exteriores; y, la Resolución N° 7 de 2019, de la Contraloría General de la República.

CONSIDERANDO:

1. Que, la Dirección General de Promoción de Exportaciones, es un servicio público centralizado sometido a la dependencia del Presidente de la República, a través de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, creada por Ley N° 21.080, y tiene como función -entre otras- promover, facilitar y colaborar con el desarrollo de las exportaciones, incluido el posicionamiento de la imagen de Chile en el exterior, ejecutar actividades de promoción y difusión tanto en Chile como en el extranjero.
2. Que, la Fundación Imagen de Chile, en adelante e indistintamente IMAGEN DE CHILE, tiene por objeto impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la imagen de nuestro país en el exterior, contribuyendo a la competitividad del mismo, mediante una estrecha coordinación con el sector público y privado.
3. Que, en este contexto, Ley N° 21.640 de presupuestos del sector público correspondiente al año 2024, en la Partida 06, Capítulo 07, Programa 01, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, contempla una transferencia de recursos de la Dirección General de Promoción de Exportaciones a la Fundación Imagen de Chile, por la suma de \$1.963.698.000.- (un mil novecientos sesenta y tres millones seiscientos noventa y ocho mil pesos).



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



4. Que, ambas instituciones suscribieron con fecha 18 de marzo de 2024, un convenio en cumplimiento de lo dispuesto en el numeral anterior, correspondiendo dictar el acto aprobatorio del mismo.

RESUELVO:

I. **APRUÉBASE** el Convenio celebrado con fecha 18 de marzo de 2024, entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Fundación Imagen de Chile, cuyo texto se inserta y es el siguiente:

CONVENIO DE TRANSFERENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Y

FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

En Santiago, Chile, a 18 de marzo de 2024, la **DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**, servicio público, Rol Único Tributario N° 62.000.680-7, representada según se acreditará por su Director General, don Ignacio Fernández Ruiz, chileno, abogado, cédula de identidad N° 11.605.695-K, ambos domiciliados en Teatinos 180, piso 10, comuna y ciudad de Santiago, en adelante e indistintamente **PROCHILE** por una parte; y por la otra la **FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**, Rol Único Tributario N° 65.010.882-5, representada según se acreditará por su Directora Ejecutiva doña Rossana Cecilia Dresdner Cid, chilena, periodista, cédula de identidad N° 7.937.142-4, ambas domiciliadas en Monjitas N° 392, oficina 1501, comuna y ciudad de Santiago, en adelante e indistintamente **IMAGEN DE CHILE**, vienen en suscribir el presente convenio:

CONSIDERANDO

1. Que, la **DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**, es un servicio público centralizado sometido a la dependencia del Presidente de la República, a través de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, creada por Ley N° 21.080, y tiene como función -entre otras- promover, facilitar y colaborar con el desarrollo de las exportaciones, incluido el posicionamiento de la imagen de Chile en el exterior, ejecutar actividades de promoción y difusión tanto en Chile como en el extranjero.
2. Que **IMAGEN DE CHILE** tiene por objeto impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la imagen de nuestro país en el exterior, contribuyendo a la competitividad del mismo, mediante una estrecha coordinación con el sector público y privado, según lo señalado en los "Estatutos" de Constitución de la Fundación de fecha 28 de enero de 2009, ante el Notario Público Raúl Iván Perry Pefaur, Titular de la Vigésimo Primera Notaría de Santiago.
3. Que en este contexto, la Ley N° 21.640, Ley de presupuestos del sector público correspondiente al año 2024, en la Partida 06, Capítulo 07, Programa 01, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, contempla una transferencia de recursos de **PROCHILE** a **IMAGEN DE CHILE**, por la suma de \$ **1.963.698.000.-** (un mil novecientos sesenta y tres millones seiscientos noventa y ocho mil pesos) y glosas (06, 08) que,

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



entre otras materias, prevé que tales recursos serán transferidos conforme al Convenio que se suscriba al efecto. Incluye hasta **\$ 983.667.000.-** (novecientos ochenta y tres millones seiscientos sesenta y siete mil pesos), para financiar un número de hasta 24 personas, contrataciones que deben guardar estricta relación a los objetivos de la transferencia. Asimismo, dispone que **PROCHILE e IMAGEN DE CHILE** deberán publicar el proyecto, presupuesto adjudicado y el convenio asociado a éste en el sitio electrónico institucional en un plazo no mayor de quince días corridos una vez firmado este último y que **IMAGEN DE CHILE** deberá incorporar en su página web información sobre sus estados financieros y una memoria anual de sus actividades, incluyendo su balance. La **DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES** deberá informar a la Comisión de Relaciones Exteriores, trimestralmente, las acciones a financiar y desarrollar por parte de la **FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**, desagregado por metas, plazos, ejecución del presupuesto, personal y/o convenios suscritos para el desarrollo de las actividades.

Asimismo, **IMAGEN DE CHILE** deberá publicar en su página web, la nómina de su directorio en ejercicio, los recursos recibidos por fecha, monto y organismo otorgante.

4. Que, por Certificado de Imputación y Disponibilidad Presupuestaria N° 06/2024 de fecha 19 de febrero de 2024, emitido por el Jefe del Departamento de Finanzas de **PROCHILE**, se certifica que se cuenta con la disponibilidad presupuestaria para el **PROGRAMA DE TRABAJO 2024 - FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**, por un monto de **\$1.963.698.000.-** (un mil novecientos sesenta y tres millones seiscientos noventa y ocho mil pesos), en adelante el **PROYECTO**.
5. Que, por Certificado de Inscripción del Registro de personas jurídicas receptoras de Fondos Públicos de fecha 21 de marzo de 2024, se constata que **IMAGEN DE CHILE** se encuentre debidamente inscrita y con sus datos actualizados en el Registro Institucional que **PROCHILE** lleva para efectos de la Ley N° 19.862.
6. Que, por Certificado de Cumplimiento de Rendiciones de Cuenta N° 00101 de 19 de marzo de 2024, se acredita que el receptor de fondos públicos se encuentra al día con la entrega de rendiciones de cuenta y ha cumplido con las obligaciones de rendir cuenta respecto de todo convenio suscrito con este Servicio. Existiendo un convenio vigente que finaliza su ejecución el 31 de marzo del presente año.
7. Que, efectuada la transferencia, **IMAGEN DE CHILE** podrá 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, de acuerdo a lo establecido en la normativa de compras públicas ley 19.886 y su reglamento, en lo que resulte aplicable.
8. Que, el **PROYECTO** tiene como objetivo principal cumplir con la misión de **IMAGEN DE CHILE** aumentando el reconocimiento, reputación y preferencia de Chile ante el mundo en los mercados priorizados en el periodo abril 2024 a marzo 2025.

PRIMERA: COSTOS DE EJECUCIÓN Y TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS

En cumplimiento de lo expresado precedentemente, **PROCHILE** transferirá a **IMAGEN DE CHILE** la cantidad de **\$1.963.698.000.- (un mil novecientos sesenta y tres millones seiscientos noventa y ocho mil pesos)** monto correspondiente al costo total de la ejecución del Programa de Actividades que **IMAGEN DE CHILE** llevará a cabo en el marco del **PROYECTO**, el cual se anexa al presente convenio, transferencia que se efectuará en dos cuotas, de la siguiente manera:

La primera cuota por un monto de **\$1.178.000.000.- (un mil ciento setenta y ocho millones de pesos)**, correspondiente al 60% del total del



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



PROYECTO, se entregará una vez se encuentre totalmente tramitada la resolución que aprueba el presente convenio y cumpliendo las condiciones establecidas a continuación.

CONDICIONES PARA LA TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS

Se transferirán los recursos antes señalados, sólo una vez que se cumpla con la totalidad de las siguientes condiciones:

- a. Que **IMAGEN DE CHILE** entregue las garantías que se especifican en la cláusula segunda de este instrumento.
- b. Que **IMAGEN DE CHILE** haya cumplido con la obligación de rendir cuenta de la inversión de los fondos ya concedidos, observando para ello lo establecido en la Resolución N° 30, de 2015, que fija normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas, de la Contraloría General de la República. **IMAGEN DE CHILE** deberá, al momento de recibir los fondos, hacer entrega de un "Boletín de Ingreso" que dé cuenta de la apertura de un centro de costos, el que deberá contener a lo menos las siguientes menciones:
 - Individualización completa de **IMAGEN DE CHILE**.
 - Número y nombre de la cuenta contable o cuenta corriente bancaria donde se ingresan los dineros transferidos.
 - Monto total de dinero recibido.
 - Procedencia de los fondos (institución que los otorga).
 - Firma de la persona que, teniendo poder suficiente, recibe los recursos.
- c. Que **IMAGEN DE CHILE** presente una declaración jurada simple expresando que la información contenida en el registro señalado en el literal b. no ha sido modificada y, en caso contrario, entregue a **PROCHILE** la documentación necesaria para la debida actualización del registro institucional.
- d. Que la resolución de **PROCHILE** que apruebe el presente convenio haya sido tomada razón por la Contraloría General de la República, y se encuentre totalmente tramitada.
- e. Que conforme lo dispone el artículo 59 de la Ley N° 19.728, que establece un seguro de desempleo, **IMAGEN DE CHILE** esté al día en el pago de las cotizaciones de sus trabajadores, sobre seguro de cesantía, establecidas en la citada Ley. Para acreditar dicho pago, **IMAGEN DE CHILE** deberá enviar a **PROCHILE** 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 dicha circunstancia.

La segunda cuota por un monto de **\$785.698.000.- (setecientos ochenta y cinco millones seiscientos noventa y ocho mil pesos)**, correspondiente al 40% del total del **PROYECTO**, se entregará una vez aprobado el primer informe técnico parcial.

Corresponderá la restitución de los fondos públicos anticipados, cuando **IMAGEN DE CHILE** los destine a un fin distinto para el que fueron asignados, o bien no hayan sido utilizados, rendidos u observados en el proceso de revisión de rendición de cuentas.

IMAGEN DE CHILE podrá solicitar efectuar modificaciones del presupuesto estimado en la medida que no se altere el monto total de los recursos asignados al Programa de Trabajo 2024 o el producto y/o resultado esperado. Lo anterior, deberá ser solicitado previamente por escrito a **PROCHILE**, para su evaluación y posterior aprobación o rechazo. En caso de rechazo **PROCHILE** comunicará por escrito tal decisión y, en caso de aprobarse, deberá suscribirse una modificación del presente convenio, siendo sancionado

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)





luego por un acto administrativo sometido al trámite de toma de razón por la Contraloría General de la República.

SEGUNDA: GARANTÍAS

Garantía Fiel y Oportuno Cumplimiento

Con el objeto de garantizar el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones derivadas del presente convenio, **IMAGEN DE CHILE** deberá entregar a PROCHILE una garantía, que permita su cobro inmediato, por un monto de **\$98.184.900.- (noventa y ocho millones ciento ochenta y cuatro mil novecientos pesos)**, equivalentes al 5% del monto total del convenio, con una vigencia no menor al 31 de octubre de 2025, extendida en forma irrevocable a favor de la Dirección General de Promoción de Exportaciones, RUT N° 62.000.680-7.

En caso de que la garantía sea una boleta bancaria, póliza o certificado de fianza, es deseable que la glosa defina al menos lo siguiente: ***"Para garantizar el fiel y oportuno cumplimiento del convenio de transferencia, y las obligaciones del mismo, lo que incluye el pago de multas"***.

El certificado de fianza deberá además señalar, que dicha garantía no goza de beneficio de excusión, siendo esa característica irrenunciable y que el fiador deberá comprometerse a pagar la fianza a todo evento y a simple requerimiento de PROCHILE.

En caso de que **IMAGEN DE CHILE** opte por presentar una póliza de seguro o un certificado de fianza como garantía, dicho instrumento deberá considerar en sus condiciones de cobro, cobertura por multas y agregar en la glosa señalada, en forma expresa de dicha cobertura.

IMAGEN DE CHILE podrá solicitar la devolución de la garantía una vez finalizado el período de cobertura de la garantía, la que será restituida dentro del plazo de 5 días después del vencimiento de la garantía.

PROCHILE podrá hacer efectiva la garantía de fiel cumplimiento de contrato, en los casos señalados en la cláusula séptima del presente convenio.

Garantías por Anticipo de Fondos Públicos:

Para garantizar la correcta utilización de los fondos públicos, **IMAGEN DE CHILE** entregará a **PROCHILE** -previo a la transferencia - dos boletas bancarias de garantía pagadera a la vista, póliza de seguros de ejecución inmediata o vale vista, extendida en forma irrevocable a favor de la **DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**, RUT N° 62.000.680-7, de la siguiente forma:

La primera garantía, por el monto de **\$1.178.000.000.- (un mil ciento setenta y ocho millones de pesos)**, equivalente al primer anticipo, deberá ser entregada por **IMAGEN DE CHILE** como requisito previo a recibir el anticipo de fondos públicos comprometidos, para su registro y debida custodia en **PROCHILE**, con fecha de vencimiento no anterior al 31 de enero de 2025.

La segunda garantía, por el monto de **\$785.698.000.- (setecientos ochenta y cinco millones seiscientos noventa y ocho mil pesos)**, equivalente al segundo anticipo, deberá ser entregada por **IMAGEN DE CHILE** como requisito previo a recibir el anticipo de fondos públicos



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)

comprometidos, para su registro y debida custodia en **PROCHILE**, con fecha de vencimiento no anterior al 31 de octubre de 2025.

La devolución de las garantías otorgadas por concepto de la transferencia de recursos estará sujeta a la aprobación de la rendición de la totalidad de los recursos anticipados o la devolución de los recursos que no hubiesen sido ejecutados, que se encuentren rechazados, o no rendidos. Estos recursos deberán ser restituidos a **PROCHILE** en un plazo de 15 días hábiles contados desde que **IMAGEN DE CHILE** haya sido debidamente notificada por escrito mediante carta certificada enviada a sus dependencias, y sin perjuicio de las normas legales que rijan al momento de producirse los excedentes.

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

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

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

TERCERA: METAS Y ACTIVIDADES

Para el debido desarrollo del **PROYECTO**, **IMAGEN DE CHILE** deberá dar cumplimiento a las metas que se describen en el anexo de este instrumento denominado **PROGRAMA DE TRABAJO 2024 - FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**.

Asimismo, en el marco de lo anterior, **IMAGEN DE CHILE** deberá ejecutar las actividades contempladas en el **PROYECTO** que se incluye en el anexo de este convenio, las cuales dicen relación con los componentes específicos que se exponen a continuación:

- 1. Acciones de posicionamiento y resguardo de la reputación de la Marca Chile:** tiene como principal objetivo mantener y potenciar el reconocimiento positivo de la Marca Chile en los mercados priorizados asociado al propósito y trabajo de marca, transitando de invitar "hacia adentro" a plantear lo que se aporta "hacia afuera". Además, se buscará realizar la labor comunicacional descrita anteriormente, para potenciar la positiva y eficiente imagen que se tiene de nuestro país, en los mercados externos, aportando a la reactivación económica y buscando fomentar la cultura, el turismo, las inversiones, las exportaciones y en general el reconocimiento de Chile en diversos ámbitos del quehacer internacional.

En este componente se realizarán esfuerzos integrados entre campañas, gestión informativa, viajes de prensa, actividades de relacionamiento y activaciones internacionales con sus respectivos espejos nacionales, difusión y amplificación de los principales hitos y hechos noticiosos de nuestro país durante el año en los principales medios extranjeros, interacciones

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



presenciales y virtuales con actores relevantes. Las líneas de trabajo para este componente serán:

- a. Planificación y producción de campañas masivas, eventos, activaciones y medios
- b. Diplomacia pública, gestión de comunicaciones, prensa y opinión pública.

2. Estrategia de coordinación público/privada: Este componente considera aquellas actividades y gestiones que busquen lograr una correcta conexión del propósito de Marca con los difusores de la Imagen de Chile en el mundo público y privado. Es así como se pretende desarrollar esfuerzos para coordinar eventos e iniciativas, en Chile y en el extranjero, con el sector público y privado, a través del trabajo conjunto con éste, con sus representantes gremiales. A la vez, queremos aumentar la cantidad y calidad de empresas chilenas que se integren en el uso de la Marca País, construyendo caminos para permitir a los emprendimientos e innovaciones chilenas posicionar sus productos y/o servicios en los mercados internacionales, resaltando nuestra mejor oferta país. Algunas actividades de este componente son: Gestión de la estrategia de relacionamiento que pretende definir un trabajo constante y periódico con los principales constructores de marca país; actividades como mesas de trabajo, reuniones, el Encuentro Imagen de Chile 2025, participación activa en eventos nacionales e internacionales, entre otras; sumar a los stakeholders actuales, a aquellas instituciones, personas y empresas, que aportan a la imagen país desde las verticales de contenido y pilares establecidos con foco internacional; aumentar considerablemente el uso del sello marca Chile en los usuarios del programa uso de marca, a través de convenios con las instituciones que impactan en el posible uso de este. La subdivisión de líneas para este componente es:

- a. Relacionamiento socios estratégicos nacionales e internacionales
- b. Programa Uso de Marca

3. Estrategia y capital de marca: Este componente de trabajo incluye el proceso técnico y estratégico de implementación del concepto de Marca país y de los ejes básicos de nuestro relato, la adaptación de la estrategia desarrollada para una implementación consistente y relevante de estos conceptos y en todas las instituciones que hacen promoción de Chile en el mundo. En este componente se incluye el desarrollo de contenido audiovisual y promocional genérico y específico de Imagen de Chile, que sirve como soporte para las diferentes actividades estratégicas y tácticas que se lleven a cabo durante el período, como eventos internacionales en mercados relevantes, entre otras a definir durante el período. Por último, este componente contempla el desarrollo, mantención y mejora continua de las distintas plataformas digitales que utiliza FICH. Dentro de algunas actividades específicas para el período destacan: Implementación de la estrategia general para mercados prioritarios y actores públicos y privados relevantes; aumento del alcance e impacto del ecosistema digital de la marca, entre otras. Este componente se compone de las siguientes líneas:

- a. Generación de contenidos propios y para apoyo a stakeholders
- b. Branding y producción general de activaciones asociadas a stakeholders
- c. Gestión y proyectos en plataformas digitales

4. Estrategia corporativa y estudios: Este componente tiene por objetivo lograr levantar, priorizar, implementar y coordinar las acciones que permitan desarrollar el propósito fundamental y los objetivos estratégicos de la Fundación con sus socios principales. En línea con el Directorio, se busca transmitir los valores de marca y el relato generado, acompañando in-situ



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

las distintas actividades que promuevan nuestra imagen e identidad, generando una línea de embajadores de la Marca Chile, a la vez que se asegure el correcto uso de las herramientas comunicacionales que la Fundación pretende posicionar con distintos usuarios. Además, incluye la realización y adquisición eventual de estudios propios y de seguimiento de rankings de Marca País que permitan analizar la percepción de la imagen país en mercados prioritarios, en torno a ejes claves de posicionamiento y medición de indicadores. Incluye, asimismo, el análisis de la presencia del país en medios extranjeros y otras mediciones de carácter cualitativo. Esto es de suma importancia para monitorear la percepción internacional del país, levantar nuevas oportunidades y escenarios para posicionar Chile, y analizar posibles nuevos mercados. La subdivisión de actividades por línea en este componente sería la siguiente:

- a. Embajadores de la Marca Chile
- b. Articulación, relacionamiento y desarrollo de insumos estratégicos
- c. Estudios y análisis de tendencias

5. Trabajo Interno y Gastos Administrativos: Corresponde al costo de back office, gastos de operaciones, asesorías y pago de remuneraciones. Adicionalmente, incluye actividades relacionadas con entregar herramientas de planificación y control de gestión al equipo para un mejor desempeño del Plan de Trabajo como, por ejemplo, asesorías ligadas al estudio e implementación de la ley de compras públicas, asesorías ligadas al estudio e implementación de mejoras del clima laboral, y responder de buena forma al monitoreo de ACHS, entre otros. Además, dentro de este grupo, están los costos asociados del área a cargo de cumplir con las rendiciones, de supervisar la correcta ejecución del presupuesto y asegurar la adecuada respuesta de la institución en temas contables, tributarios y legales, relacionados con el plan de trabajo. Actividades legales en relación con la recuperación de los dominios de Chile.com y Chile.cl, causas laborales iniciadas durante el presente año y hasta la vigencia del convenio que no tengan su origen en incumplimientos en que incurra **IMAGEN DE CHILE** respecto de la normativa laboral, previsional o tributaria aplicable al respectivo contrato. También forman parte de este componente, la cesión de derechos de material audiovisual o el levantamiento de las posibilidades de ser objeto de donaciones culturales, o con beneficios tributarios, como medida de levantamiento de recursos adicionales. Las líneas de trabajo son:

- a. Administración y finanzas
- b. Recursos humanos
- c. Asesorías legales

CUARTA: INFORMES

IMAGEN DE CHILE deberá rendir los gastos del **PROYECTO**, a través del Sistema de Rendición Electrónica de Cuentas de **Contraloría General de la República** sujetándose a lo establecido en la Resolución N° 30, de 2015, de la Contraloría General de la República, que "Fija Normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas", o de las resoluciones que la modifiquen o reemplacen, así como también al Manual de Rendición de Cuentas de Transferencias de Fondos Públicos al Sector Privado, aprobado por la Resolución Exenta N° 800, de 17 de mayo de 2021, de **PROCHILE**, y a los formatos establecidos por **PROCHILE**, o aquellos que los modifiquen o reemplacen en lo que no sea contrario a la primera. Las modificaciones al Manual de Rendiciones de Cuentas de Transferencias de Fondos Públicos al Sector Privado ya indicado sólo serán aplicables a **IMAGEN DE CHILE** a partir del día en que hayan sido debidamente notificados a ésta por escrito mediante

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



carta certificada enviada a sus dependencias o por correo electrónico dirigido a la Dirección Ejecutiva, con copia al Director de Administración y Control de Gestión. Las materias que el presente convenio regula de una manera específica primarán por sobre las disposiciones que fueren discordantes con el aludido Manual.

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

a) **INFORMES TÉCNICOS**

IMAGEN DE CHILE deberá presentar a **PROCHILE** dos tipos de informes técnicos: Informes Técnicos Parciales y un Informe Técnico Final.

Los informes recién mencionados deberán ser presentados en los plazos estipulados en la siguiente letra b) y deberán informar sobre las actividades realizadas, incluyendo la experiencia, conocimientos y resultados obtenidos, hasta el último día del mes anterior a la presentación del informe.

Junto a cada uno de estos informes técnicos, también deberá presentar **IMAGEN DE CHILE** los correspondientes informes de rendición de cuenta de los gastos a que se refiere la siguiente letra c), abarcando el mismo período comprendido en los informes técnicos.

IMAGEN DE CHILE deberá incorporar en los Informes Técnicos Parciales, los cuales deberán ajustarse a los formatos definidos por **PROCHILE**, a lo menos lo siguiente:

- a.1. La definición de los componentes del **PROYECTO** asociados a las actividades ejecutadas durante el periodo pertinente.
- a.2. Una descripción de cada una de las actividades ejecutadas durante el período informado.
- a.3. Documentación de respaldo que permita a la contraparte designada por **PROCHILE** verificar que las actividades fueron realizadas de acuerdo a lo descrito en el Programa de Trabajo del presente convenio, permitiendo constatar que los gastos efectuados son coherentes con las actividades. En caso de ser necesario, dicha contraparte podrá solicitar a **IMAGEN DE CHILE** mayores antecedentes que le permitan efectuar una revisión más detallada de las actividades.
- a.4. Copia de estudios, informes, reportes etc., derivados de la ejecución del proyecto, incluyendo toda la información recabada y los productos desarrollados en su marco, a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en la cláusula NOVENA **PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL**, de este convenio.
- a.5. Una proyección de las próximas actividades, incluyendo descripción de las acciones, plazos y costos.

PROCHILE, dispondrá de 20 días hábiles siguientes a su recepción, para aprobar u objetar, por escrito, los informes de contenido técnico. Durante este periodo **PROCHILE** podrá solicitar por escrito mayores antecedentes y/o correcciones si correspondiere. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **IMAGEN DE CHILE**, informándole detalladamente los antecedentes que originan la discrepancia. **IMAGEN DE CHILE** dispondrá de 5 días hábiles, desde la notificación, para aclarar la discrepancia. Recibida la



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

aclaración de la discrepancia, o sin ella, **PROCHILE** dispondrá de 5 días hábiles para pronunciarse. Si aun así subsisten las discrepancias, las partes acordarán medidas correctivas que sean procedentes para el siguiente informe, las cuales quedarán estipuladas en la carta de aprobación del informe técnico, a menos que se tratare del Informe Final, ante la subsistencia de tales discrepancias, **PROCHILE** procederá a efectuar su rechazo, y se estará, en lo que respecta a la rendición de gastos pertinentes, a lo indicado en el literal d) inciso penúltimo de esta cláusula.

b) CALENDARIO DE INFORMES

IMAGEN DE CHILE deberá dar estricto cumplimiento a la entrega de informes, los cuales deberán ajustarse a los formatos definidos por **PROCHILE**. Cada informe deberá contener los resultados de las actividades y gastos desarrollados hasta el último día del mes anterior a la presentación del informe. Además, deberá dar cuenta de toda la labor realizada, experiencia, conocimientos y resultados obtenidos.

1º INFORME TÉCNICO PARCIAL: Se deberá entregar dentro los primeros 20 días corridos del mes cuarto, contado desde la total tramitación de la Resolución que aprueba el presente convenio y deberá informar el período comprendido por los meses 1, 2 y 3. El mes 1 se contará desde la fecha de la total tramitación de la resolución que apruebe este convenio y vencerá el último día hábil del mismo mes, e incluirá el periodo de regularización al que se refiere la cláusula DÉCIMO PRIMERA de este instrumento.

2º INFORME TÉCNICO PARCIAL: Se deberá entregar dentro los primeros 20 días corridos del séptimo mes, contado desde la total tramitación de la Resolución que aprueba el presente convenio e informará los períodos comprendidos durante los meses 4, 5 y 6.

3º INFORME TÉCNICO PARCIAL: Se deberá entregar dentro los primeros 20 días corridos del mes decimo, contado desde la total tramitación de la Resolución que aprueba el presente convenio y deberá informar los períodos comprendidos por los meses 7, 8 y 9.

INFORME TÉCNICO FINAL: Se deberá entregar a más tardar el 20 de abril de 2025 y deberá informar los períodos comprendidos entre el mes 10 hasta el 31 de marzo de 2025.

Para estos plazos indicados anteriormente, en el caso que el día 20 correspondiere a un día inhábil el plazo se entenderá prorrogado al primer día hábil siguiente.

c) INFORMES DE RENDICIÓN DE GASTOS.

Juntamente con la entrega de los informes técnicos a los que se refieren el literal a y b de la presente cláusula, **IMAGEN DE CHILE** deberá rendir cuenta de los gastos parciales del proyecto, según el calendario establecidos en el Calendario de Informes.

No obstante, deberá rendir mensualmente cuenta de todos aquellos gastos asociados con el Componente 5: Trabajo Interno y Gastos Administrativos, en los que **IMAGEN DE CHILE** haya incurrido para la realización adecuada de las actividades del proyecto, incluyendo aquellos gastos relacionados con Administración y Finanzas, Recursos Humanos y Asesorías Legales.

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



IMAGEN DE CHILE presentará la rendición de cuentas de gastos parciales, incluyendo aquellos gastos rendidos mensualmente, dentro de los primeros 20 días hábiles del mes siguiente al que se informa.

Para estos efectos, el primer mes se contará desde la fecha de total tramitación de la resolución que apruebe este convenio y vencerá el último día del mes e incluirá los gastos a que se refiere la cláusula DÉCIMO PRIMERA de este instrumento, si correspondiere. A su vez, el último informe correspondiente a esta transferencia deberá ser entregado dentro de los 20 primeros días hábiles del mes de abril de 2025.

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

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

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

IMAGEN DE CHILE deberá asimismo cumplir con los requerimientos que establezca Contraloría General de la República en los informes de rendición de gastos.

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

- Contrato de prestación de servicios, el cual, para ser aceptado por **PROCHILE**, deberá encontrarse exclusivamente vinculado a las actividades referidas en la Cláusula Tercera de este instrumento y plan de trabajo respectivo, debiendo contemplar, al menos, las siguientes cláusulas:
 - Individualización de la persona que presta el servicio.
 - Mención expresa del objeto específico del contrato y de las actividades a realizar.
 - Monto a pagar por los servicios contratados.
 - Plazo o fecha en la cual será desarrollada la prestación de servicios.
 - Fecha en que se hará efectivo el o los pagos asociados al contrato respectivo.
- Informe de los trabajos realizados mensualmente 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 la cotización del mismo pasaje en



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

clase económica, para el mismo vuelo y fecha y otras dos cotizaciones en clase económica, de distintas líneas aéreas que efectúen el mismo trayecto, emitidas el mismo día de la compra y para la misma fecha del pasaje adquirido; en tal caso, se podrá rendir el monto más bajo en clase económica y el remanente será de cargo 100% de **IMAGEN DE CHILE**. Se exceptúan de lo anterior los pasajes aéreos en clase ejecutiva adquiridos para viajes de más de 7.000 kilómetros de distancia que efectúe el (la) Director (a) Ejecutivo(a) o bien invitados que así lo ameriten dado su rango. En este último caso, de los invitados, se deberá obligatoriamente obtener la autorización escrita de la contraparte técnica de **PROCHILE**, la que deberá velar por la idónea administración de los medios públicos para lo cual deberá considerar los principios de economicidad, eficiencia y eficacia en virtud de lo dispuesto en el artículo N° 5 de la Ley N° 18.575. La autorización deberá brindarse de manera previa a la adquisición del respectivo pasaje aéreo y adjuntarse al momento de rendir el gasto.

Tanto los viajes al extranjero como el número de asistentes se limitarán a aquellos ineludibles e imprescindibles para el cumplimiento del Programa de Actividades incluido en el anexo y su extensión deberá ceñirse estrictamente a lo necesario para su cumplimiento.

IMAGEN DE CHILE podrá rendir gastos en viáticos internacionales y nacionales, correspondiendo éstos a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por el traslado de quien desarrolle actividades bajo el presente convenio. Para viáticos internacionales, el monto diario máximo a financiar por este concepto se ajustará al valor indicado para el grado 3° Planta de Directivos, (Director(a) Ejecutivo(a)) y grado 7 Planta de Profesionales, de la Escala Única de Sueldos, lo cual será publicado en la página web www.prochile.gob.cl. Para viáticos nacionales, el monto diario máximo a financiar por este concepto se ajustará al valor indicado para el grado 3° Planta de Directivos, (Director(a) Ejecutivo(a)) y grado 4° Planta de Profesionales, de la Escala Única de Sueldos, lo cual será publicado en la página web www.prochile.gob.cl. Corresponderá imputar el 100% del viático sólo en los casos que el ejecutor pernocte en el lugar de destino. Para los días en que no se pernocte en el lugar de destino, se deberá considerar el 40% del valor día del viático. En caso de que **IMAGEN DE CHILE** le corresponda costear el viaje de un funcionario de **PROCHILE** 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.

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

Igualmente, en el marco de actividades vinculadas a los objetivos del proyecto a ejecutar con cargo a los recursos que se le transfieran, **IMAGEN DE CHILE** podrá rendir gastos por concepto de propinas, de monto no superior al 10% del consumo, pagadas en las cuentas generadas en establecimientos de Chile que atiendan público, a través de garzones, como restaurantes, cafeterías, fondas y similares.

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

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



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.

Una vez aprobado el informe técnico respectivo, **PROCHILE** dispondrá de 20 días hábiles para aprobar u objetar los informes de rendición de cuenta de los gastos, contados desde que se haya superado el examen de admisibilidad realizado por el Departamento de Finanzas de **PROCHILE** según los plazos dispuestos en el Manual de Rendición de Cuentas de Transferencias de Fondos Públicos al Sector Privado, aprobado por la resolución exenta N° 800, de 17 de mayo de 2021, o el que lo modifique o reemplace. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **IMAGEN DE CHILE**, informándole los antecedentes que originan la discrepancia. **IMAGEN DE CHILE** dispondrá de 10 días hábiles, contados desde la notificación, para aclarar la discrepancia. Recepcionada la aclaración de la discrepancia, **PROCHILE** dispondrá de 15 días hábiles para aprobarla o rechazarla. En el evento que **IMAGEN DE CHILE** no aclarare la discrepancia dentro del plazo dispuesto para ello, **PROCHILE** rechazará el o los respectivos gastos.

Durante toda la ejecución del **PROYECTO, IMAGEN DE CHILE** y **PROCHILE** deberán velar por la idónea administración de los medios/recursos públicos para lo cual deberán considerar los principios de economicidad, eficiencia y eficacia en virtud de lo dispuesto en el artículo N° 5 de la Ley N° 18.575 y de acuerdo a lo establecido en la normativa de compras públicas ley 19.886 y su reglamento, en lo que resulte aplicable.

d) OTROS INFORMES

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

En el evento que del último informe de rendición de gastos, se constatare una diferencia entre el monto transferido y el monto aprobado, **IMAGEN DE CHILE** deberá reintegrar a **PROCHILE** la diferencia resultante dentro de los 15 días hábiles siguientes a la notificación del resultado de la respectiva rendición, la cual se hará por carta certificada, y sin perjuicio de las normas legales que rijan al momento de producirse los excedentes.

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



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



e) INFORMACIÓN A PUBLICAR EN PÁGINA WEB

IMAGEN DE CHILE deberá publicar en su página web información trimestral sobre sus estados financieros y una memoria anual de sus actividades incluyendo su balance, conforme lo prevé la glosa N°06, de la Partida 06, Capítulo 07, Programa 01 de la Ley N° 21.640.

Asimismo, **IMAGEN DE CHILE** deberá publicar en su página web, la nómina de su directorio en ejercicio, los recursos recibidos por fecha, monto y organismo otorgante, de acuerdo a lo señalado en la letra e) del artículo 24 de la misma Ley.

QUINTA: OBLIGACIONES LABORALES Y OTROS

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

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

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

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

SEXTA: SEGUIMIENTO Y CONTROL

PROCHILE mantendrá un permanente seguimiento, de las acciones vinculadas a la ejecución del **PROYECTO**, lo cual hará mediante el análisis y

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



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

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

Para efectos del presente convenio, **PROCHILE** designa como contraparte para el seguimiento, control y aprobación de acciones vinculadas a la ejecución del **PROYECTO** a la Jefa(e) del Departamento Dirección de Marketing y Eventos de **PROCHILE** o a quien la subroga en dicha función. Por delegación del Jefe de Servicio, podrá modificarse la contraparte, lo que será comunicado por escrito a **IMAGEN DE CHILE**. Por su parte **IMAGEN DE CHILE** designa como contraparte, a su Director(a) Ejecutivo(a), o quien lo reemplace, cuestión que deberá ser comunicada por escrito a **PROCHILE**.

Las respectivas contrapartes técnicas deberán sostener reuniones periódicas trimestrales, con el fin de orientar y dar seguimiento a las actividades contempladas en el Plan de Trabajo. En estas instancias, **IMAGEN DE CHILE** deberá presentar sus avances y un detalle de su plan de acción para los meses siguientes, incluyendo objetivos, plazos y proyección de costos.

SÉPTIMA: SANCIONES

Si ocurriere el evento a que se hace referencia en el último inciso de la Cláusula SEGUNDA de este instrumento e **IMAGEN DE CHILE** no diere cumplimiento oportuno a la obligación de reemplazar cualquiera de las garantías, **PROCHILE** hará efectiva de inmediato la caución vigente, sin perjuicio de la facultad de ordenar dar término anticipadamente el convenio.

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

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



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



OCTAVA: DIFUSIÓN DE RESULTADOS

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

NOVENA: PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Los resultados derivados de la ejecución del **PROYECTO**, incluyendo toda la información recabada y los productos desarrollados en su marco, pertenecerán conjuntamente a **IMAGEN DE CHILE** y a **PROCHILE**, debiendo aquella remitir a **PROCHILE** copia de los mismos luego de su obtención, conjuntamente con el correspondiente informe técnico que deba presentarse conforme a lo establecido en la cláusula CUARTA de este convenio.

Respecto de las marcas comerciales, nombres de dominio y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO**, **IMAGEN DE CHILE** será responsable de cautelar que los derechos de propiedad intelectual e industrial asociados que se deriven de la ejecución del **PROYECTO** se constituyan a nombre de **PROCHILE** y de **IMAGEN DE CHILE**. Para estos efectos, **IMAGEN DE CHILE** tendrá la obligación de realizar los trámites pertinentes a fin de que las personas naturales o jurídicas subcontratadas cedan legalmente el uso, goce y disposición de dicho material a **IMAGEN DE CHILE Y PROCHILE**, 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, **IMAGEN DE CHILE** podrá celebrar contratos de autorización de uso o cesión de tales derechos a terceros, debiendo hacerlo a título gratuito cuando se trate 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. El uso de tales derechos o la cesión de estos a terceros será autorizado con la condición de estricta sujeción a las pautas de uso que en cada caso establezca **IMAGEN DE CHILE**.

Estas pautas también deberán respetarse por **PROCHILE** e **IMAGEN DE CHILE** al hacer uso de las marcas comerciales y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO**. **IMAGEN DE CHILE** deberá hacer sus mayores esfuerzos por difundir ampliamente y promover el uso público de los resultados derivados de la ejecución del **PROYECTO**.

DÉCIMA: DISPONIBILIDAD DE MATERIAL FOTOGRAFICO Y AUDIOVISUAL

IMAGEN DE CHILE cuenta con un repertorio de fotografías y material audiovisual desarrollados y producidos en el marco de los programas contenidos en los respectivos convenios suscritos anualmente entre las Partes.

Al respecto, y sin perjuicio de lo establecido en la cláusula novena, las Partes acuerdan que **IMAGEN DE CHILE** podrá disponer del citado material fotográfico y audiovisual. En particular, tratándose de entidades públicas, dicho material será puesto a disposición de estas de manera gratuita. Asimismo, tratándose de entidades privadas **IMAGEN DE CHILE** podrá comercializarlo, debiendo para estos efectos:



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)

- Considerar únicamente materiales fotográficos y audiovisuales.
- Que el señalado material haya sido generado en el marco de los convenios de transferencia de recursos suscrito en los años anteriores entre **IMAGEN DE CHILE** y **PROCHILE**.
- Que de acuerdo a los respectivos contratos suscritos con los proveedores, el material fotográfico o audiovisual no se encuentre sujeto a limitaciones en materia de uso o comercialización.

IMAGEN DE CHILE podrá comercializar su material fotográfico y audiovisual a través de las siguientes vías:

- Contratos de canje consistente en acuerdos de contraprestaciones recíprocas valorizadas monetariamente, sin mediar intercambio monetario.
- Acuerdos de colaboración con instituciones públicas, a título gratuito.
- Licencias de uso temporal de material a privados, según valores definidos mediante contrato.

IMAGEN DE CHILE deberá informar a **PROCHILE**, junto con los Informes Parciales establecidos en el presente Convenio, las acciones de comercialización que se hayan realizado en el período.

PROCHILE podrá solicitar a **IMAGEN DE CHILE** la realización de convenios de colaboración a título gratuito, con aquellas instituciones privadas con las que se estén realizando acciones de promoción conjuntas.

DÉCIMA

PRIMERA: VIGENCIA Y SUSCRIPCIÓN DEL CONVENIO

El presente convenio empezará a regir a contar de la fecha de total tramitación de la resolución de **PROCHILE** que lo apruebe y permanecerá vigente hasta el 31 de octubre de 2025, 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 2024.

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

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

- Gastos en personal:** incluye sueldos de los trabajadores de **IMAGEN DE CHILE** junto a sus respectivas cotizaciones previsionales, impuestos y pago de honorarios.
- 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



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

asociados, enlaces a internet, telefonía, gastos de dominios 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 y bodegaje, gastos comunes, servicios de telefonía, agua embotellada y asesoría contable. Estos contratos de prestación de servicios en ejecución son esenciales para la continuidad de las actividades de **IMAGEN DE CHILE**.
- d) **Asesorías legales:** incluye pago de honorarios por concepto de prestación del servicio de asesorías legales, en temáticas de Acceso a la Información Pública, derecho laboral y civil, estrictamente vinculadas a la correcta ejecución del **PROYECTO** y debiéndose obtener previamente conformidad de la contraparte técnica de **PROCHILE** respecto de la pertinencia del gasto.
- e) **Gastos bancarios y notariales:** incluye todos aquellos gastos por concepto de servicios bancarios y cobros por servicios notariales.

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

DÉCIMA SEGUNDA: TÉRMINO ANTICIPADO

Sin perjuicio de lo señalado en la Cláusula SÉPTIMA de este instrumento, **PROCHILE** podrá poner término anticipado al presente convenio si así lo ameritan razones presupuestarias o necesidades institucionales, las cuales serán calificadas por su Director General y comunicadas por escrito a **IMAGEN DE CHILE** con una anticipación mínima de 60 días a la fecha de término de actividades que se fije. En este evento, dentro de los 20 días corridos del mes siguiente a aquél en que se fije el término de actividades, **IMAGEN de CHILE** deberá hacer entrega de los respectivos informes finales, tanto técnicos como de rendición de gastos y restituir las cantidades que pudieren corresponder de conformidad con lo indicado en la Cláusula CUARTA literal d) incisos 2º y 3º del presente convenio, y sin perjuicio de las normas legales que rijan al momento de producirse los excedentes.

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



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



DECIMA
TERCERA: DOMICILIO

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

Las partes suscriben el presente convenio en dos (2) ejemplares de idéntico tenor y fecha quedando uno en poder de cada parte.

La personería de don **IGNACIO FERNÁNDEZ RUIZ** para representar a la **DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**, consta en el Decreto Supremo N° 21 de 20 de enero de 2023, del Ministerio de Relaciones Exteriores. La personería de doña **ROSSANA CECILIA DRESDNER CID**, para representar a la **FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE**, consta de Acta de Sesión Extraordinaria de Directorio celebrada con fecha 21 de diciembre de 2022, reducida a escritura pública con la misma fecha ante don Humberto Quezada Moreno, Notario Público Titular de la Vigésimo Octava Notaria de Santiago, documentos que no se insertan por ser conocidos de las partes.

(hay un timbre Director) (hay una firma)
IGNACIO FERNÁNDEZ RUIZ
Director General
Dirección General de Promoción de Exportaciones

(hay una firma)
ROSSANA CECILIA DRESDNER CID
Directora Ejecutiva
Fundación Imagen de Chile



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



ANEXO

PROGRAMA DE TRABAJO 2024
Fundación Imagen de Chile

Datos del Proyecto	
Nombre del Proyecto:	Programa de Trabajo 2024 – Imagen de Chile
Fecha de Inicio:	1 de abril de 2024
Fecha de Término:	31 de marzo de 2025

I. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1. Misión y objetivos estratégicos de la Fundación Imagen de Chile

La Fundación Imagen de Chile es la agencia de la marca país —Marca Chile— cuya misión es promover la imagen de Chile en el mundo, aumentando su reconocimiento, reputación y preferencia en el mercado internacional.

La Marca Chile da a conocer nuestro país a través del talento de chilenos y chilenas y sus aportes a la calidad de vida, sustentabilidad y cuidado de las comunidades locales y globales, invitándonos a crear juntos un futuro mejor.

La gran labor de la Fundación 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 dé 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.

Objetivo del proyecto 2024: Ser eficientes en el cumplimiento de nuestra Misión: aumentar el reconocimiento, reputación y preferencia de Chile ante el mundo en los mercados priorizados en el periodo abril 2024 a marzo 2025.

2. Cumplimiento de los objetivos estratégicos

ROL DE LA FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE: ARTICULACIÓN

Nuestro relato y carta de presentación deben ser coherentes y creíbles, auténticos y propios. Se deben basar en información real, contenidos potentes y veraces que respalden lo que hacemos y decimos de nosotros mismos al mundo. Un trabajo conjunto de un país y su gente, solo tiene sentido en la



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



articulación y diversidad de amplias alianzas, y en una permanente labor de quienes trabajamos por la imagen de Chile en el mundo.

En la Fundación Imagen de Chile, hemos asumido un rol **articulador** entre diferentes entidades para potenciar las iniciativas de promoción internacional bajo **conceptos país básicos y comunes**.

Hemos propuesto **3 ejes de relato transversales: sustentabilidad, democracia y diversidad**. Tres grandes ejes que enmarcan un relato actual y recogen nuestra historia, modo de ser país, desafíos y lo que soñamos construir a futuro.

Hemos desarrollado un trabajo conjunto con los sectores que promueven a Chile en el mundo, sobre el acuerdo básico de cuáles son nuestras fortalezas y valores, y de que **el posicionamiento de Chile es una tarea de todos**.

Hemos creado dinámicas y **espacios formales de trabajo conjunto** con estos sectores para coordinar acciones y herramientas y **unificar mensajes en la diversidad** de los objetivos de cada sector.

3. Medición de impacto y segmentación de audiencias:

En sumatoria a lo anterior, y como medida de comprobación, es necesario que nuestro trabajo y contribución a la Marca país, pueda reflejarse en términos cuantitativos. Las cifras macroeconómicas, tales como el PIB, tienen una explicación multifactorial, no obstante, existen distintos rankings internacionales específicos que miden el desempeño de estas marcas (nation branding). Los principales son: The Digital Country Index, Nation Brands, Best Country Index y Future Brand Country Index.

En consecuencia, una muestra del impacto del plan de trabajo de FICH, se obtiene mirando el posicionamiento que nuestro país obtiene en los distintos rankings internacionales. Este año, al igual que en el período anterior, tomaremos como referencia el **ranking Best Country Index** -que es el que goza de mayor prestigio a nivel internacional- para continuar con nuestros esfuerzos de posicionamiento, reforzando nuestros ejes de trabajo y manteniendo la audiencia internacional a la cual queremos llegar.

Paralelamente, la Fundación realiza estudios propios con consultoras internacionales, tendientes a obtener información respecto de la imagen internacional del país, así como mediciones de otra índole que buscan obtener información sobre el mismo punto pero desde otros ángulos de provisión de datos. A partir de 2024, en una innovación metodológica, haremos un análisis del impacto de nuestra labor de posicionamiento sumando aspectos cuantitativos y cualitativos.

Finalmente, las acciones de posicionamiento se focalizarán en los mercados priorizados definidos y evaluados con nuestros principales actores del sector público y privado, buscando potenciar y consolidar nuestra presencia en estos lugares de manera coordinada.

Estos mercados priorizados incluyen: AMÉRICA: Sao Paulo, Lima, Ciudad de México y Nueva York; EUROPA: París, Berlín, Madrid y Londres; ASIA: Seúl, Shanghai, Tokio, Nueva Delhi y Dubai. Es en estas ciudades donde se enfocarán los principales esfuerzos, campañas, planes de medios y gestión comunicacional del plan de trabajo para este periodo, sin dejar de lado la posibilidad de modificarlos en función de las necesidades definidas a partir de los intereses consensuados en las mesas de trabajo donde participan las principales instituciones públicas que contribuyen al posicionamiento de la imagen país en el exterior, abriendo la posibilidad de incluir algún nuevo mercado de ser necesario, si la evaluación conjunta con nuestros principales actores públicos y privados así lo define.



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



II. PLAN DE TRABAJO 2024

Considerando la misión y objetivos estratégicos de Imagen de Chile como principales ejes de acción, alineados al plan de posicionamiento internacional de marca, al contexto actual y a las necesidades que se generan a partir de ellos, traducidas en acciones concretas, se establece el programa de trabajo de FICH para este año, buscando, además, dar continuidad al trabajo ya realizado hasta el año anterior.

En relación con la forma de trabajo, este año se mantiene la integración de las distintas áreas en el cumplimiento de estrategias conjuntas. Consideramos que para articular esfuerzos de distintas instituciones tanto públicas como privadas, es necesario en primer lugar alinear nuestro equipo interno, y darle a cada actividad realizada, una mirada compartida entre todas las áreas de la Fundación. De esta forma se establecen las Macro Actividades o Componentes del Convenio para este año:

1. MACRO-ACTIVIDADES O COMPONENTES:

Para este período, se establecen macro actividades o componentes de trabajo según estrategias, las que serán de posicionamiento o coordinación. Esto supone alinear y articular los esfuerzos de las distintas áreas de la Fundación con un objetivo común. Luego, estos componentes se abren en líneas de trabajo, para poder responsabilizar a cada área por el uso de los recursos asignados al proyecto y para cumplir con las metas que se plantean.

Los componentes definidos y sus descripciones, junto con el detalle de cada línea de trabajo son las siguientes

1.1 Acciones de posicionamiento y resguardo de la reputación de la Marca Chile: tiene como principal objetivo mantener y potenciar el reconocimiento positivo de la Marca Chile en los mercados priorizados asociado al propósito y trabajo de marca, transitando de invitar “hacia adentro” a plantear lo que se aporta “hacia afuera”. Además, se buscará realizar la labor comunicacional descrita anteriormente, para potenciar la positiva y eficiente imagen que se tiene de nuestro país, en los mercados externos, aportando a la reactivación económica y buscando fomentar la cultura, el turismo, las inversiones, las exportaciones y en general el reconocimiento de Chile en diversos ámbitos del quehacer internacional.

En este componente se realizarán esfuerzos integrados entre campañas, gestión informativa, viajes de prensa, actividades de relacionamiento y activations internacionales con sus respectivos espejos nacionales, difusión y amplificación de los principales hitos y hechos noticiosos de nuestro país durante el año en los principales medios extranjeros, interacciones presenciales y virtuales con actores relevantes. Las líneas de trabajo para este componente serán:

- a. Planificación y producción de campañas masivas, eventos, activations y medios
- b. Diplomacia pública, gestión de comunicaciones, prensa y opinión pública

1.2. Estrategia de coordinación público/privada: Este componente considera aquellas actividades y gestiones que busquen lograr una correcta conexión del propósito de Marca con los difusores de la Imagen de Chile en el mundo público y privado. Es así como se pretende desarrollar esfuerzos para coordinar eventos e iniciativas, en Chile y en el extranjero, con el sector público y privado, a través del trabajo conjunto con éste, con sus representantes gremiales. A la vez, queremos aumentar la cantidad y calidad de empresas chilenas que se integren en el uso de la Marca País, construyendo



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

caminos para permitir a los emprendimientos e innovaciones chilenas posicionar sus productos y/o servicios en los mercados internacionales, resaltando nuestra mejor oferta país. Algunas actividades de este componente son: Gestión de la estrategia de relacionamiento que pretende definir un trabajo constante y periódico con los principales constructores de marca país; actividades como mesas de trabajo, reuniones, el Encuentro Imagen de Chile 2025, participación activa en eventos nacionales e internacionales, entre otras; sumar a los stakeholders actuales, a aquellas instituciones, personas y empresas, que aportan a la imagen país desde las verticales de contenido y pilares establecidos con foco internacional; aumentar considerablemente el uso del sello marca Chile en los usuarios del programa uso de marca, a través de convenios con las instituciones que impactan en el posible uso de este. La subdivisión de líneas para este componente es:

- a. Relacionamiento socios estratégicos nacionales e internacionales
- b. Programa uso de marca

1.3. Estrategia y capital de marca: Este componente de trabajo incluye el proceso técnico y estratégico de implementación del concepto de Marca país y de los ejes básicos de nuestro relato, la adaptación de la estrategia desarrollada para una implementación consistente y relevante de estos conceptos y en todas las instituciones que hacen promoción de Chile en el mundo. En este componente se incluye el desarrollo de contenido audiovisual y promocional genérico y específico de Imagen de Chile, que sirve como soporte para las diferentes actividades estratégicas y tácticas que se lleven a cabo durante el período, como eventos internacionales en mercados relevantes, entre otras a definir durante el período. Por último, este componente contempla el desarrollo, mantención y mejora continua de las distintas plataformas digitales que utiliza FICH. Dentro de algunas actividades específicas para el período destacan: Implementación de la estrategia general para mercados prioritarios y actores públicos y privados relevantes; aumento del alcance e impacto del ecosistema digital de la marca, entre otras. Este componente se compone de las siguientes líneas:

- a. Generación de contenidos propios y para apoyo a stakeholders
- b. Branding y producción general de activaciones asociadas a stakeholders
- c. Gestión y proyectos en plataformas digitales

1.4. Estrategia corporativa y estudios: Este componente tiene por objetivo lograr levantar, priorizar, implementar y coordinar las acciones que permitan desarrollar el propósito fundamental y los objetivos estratégicos de la Fundación con sus socios principales. En línea con el Directorio, se busca transmitir los valores de marca y el relato generado, acompañando in-situ las distintas actividades que promuevan nuestra imagen e identidad, generando una línea de embajadores de la Marca Chile, a la vez que se asegure el correcto uso de las herramientas comunicacionales que la Fundación pretende posicionar con distintos usuarios. Además, incluye la realización y adquisición eventual de estudios propios y de seguimiento de rankings de Marca País que permitan analizar la percepción de la imagen país en mercados prioritarios, en torno a ejes claves de posicionamiento y medición de indicadores. Incluye, asimismo, el análisis de la presencia del país en medios extranjeros y otras mediciones de carácter cualitativo. Esto es de suma importancia para monitorear la percepción internacional del país, levantar nuevas oportunidades y escenarios para posicionar Chile, y analizar posibles nuevos mercados. La subdivisión de actividades por línea en este componente sería la siguiente:

- a. Embajadores de la Marca Chile
- b. Articulación, relacionamiento y desarrollo de insumos estratégicos
- c. Estudios y análisis de tendencias



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



1.5. Trabajo interno y gastos administrativos: Corresponde al costo de back office, gastos de operaciones, asesorías y pago de remuneraciones. Adicionalmente, incluye actividades relacionadas con entregar herramientas de planificación y control de gestión al equipo para un mejor desempeño del Plan de Trabajo como, por ejemplo, asesorías ligadas al estudio e implementación de la ley de compras públicas, asesorías ligadas al estudio e implementación de mejoras del clima laboral, y responder de buena forma al monitoreo de ACHS, entre otros. Además, dentro de este grupo, están los costos asociados del área a cargo de cumplir con las rendiciones, de supervisar la correcta ejecución del presupuesto y asegurar la adecuada respuesta de la institución en temas contables, tributarios y legales, relacionados con el plan de trabajo. Actividades legales en relación con la recuperación de los dominios de Chile.com y Chile.cl, causas laborales iniciadas durante el presente año y hasta la vigencia del convenio que no tengan su origen en incumplimientos en que incurra IMAGEN DE CHILE respecto de la normativa laboral, previsional o tributaria aplicable al respectivo contrato. También forman parte de este componente la cesión de derechos de material audiovisual o el levantamiento de las posibilidades de ser objeto de donaciones culturales, o con beneficios tributarios, como medida de levantamiento de recursos adicionales. Las líneas de trabajo son:

- a. Administración y finanzas
- b. Recursos humanos
- c. Asesorías legales

2. PRESUPUESTO POR COMPONENTE Y DESCRIPCIÓN DE LÍNEAS DE TRABAJO:

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
Componente 1: Acciones de posicionamiento y resguardo de reputación de la Marca Chile	\$336.531.000	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
Línea de trabajo 1: Planificación y producción de campañas masivas, eventos, activaciones y medios.	\$ 236.331.000		
Esta línea considera la creación y producción propia de campañas, eventos y activaciones, que posicionan atributos identitarios del país, en el marco de actividades priorizadas de actores claves en el posicionamiento de Chile. Esto a través de campañas de branding en audiencias masivas o de nicho, activaciones BTL, promoción en eventos feriales, lanzamientos, talleres regionales, entre otros; todas acciones de la Fundación. Para el presente convenio se considera el fortalecimiento de la estrategia de posicionamiento país, la difusión y amplificación de la campaña del relato de Chile lanzada a comienzos de 2024 por la Fundación, la realización del Encuentro Anual de Imagen de Chile con principales stakeholders, la presidencia de Chile, intermediada por la Fundación, del Consejo Iberoamericano de Marcas País (CIMAP), la difusión y amplificación de la campaña de la Fundación “Chile, País de Mujeres”, el lanzamiento y difusión de la imagería de hidrógeno verde, difusión por la Fundación en prensa nacional e internacional, difusión por la Fundación	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025	



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)

en distintos idiomas a través de las plataformas digitales, entre otros. La estrategia de fortalecimiento de posicionamiento país de la Fundación Imagen de Chile busca actualizar y robustecer las principales instituciones que realizan promoción de imagen país a nivel internacional en materias de place branding, con mirada estratégica, y en función de las características, requerimientos y necesidades de la actual inserción internacional de Chile. El relato de Chile, es una campaña en la cual la Fundación pone en manifiesto cuál es el posicionamiento que quiere adoptar Chile en relación estrecha con los 3 ejes de trabajo que la Fundación ha definido como prioritarios, los cuales son, Diversidad, Democracia y Sustentabilidad. Esta campaña contempla piezas orientadas a cumplir con el objetivo de la campaña y así poder posicionar a Chile como un actor relevante dentro del concierto internacional y así ser preferidos. El Encuentro Imagen de Chile es una conferencia producida por la Fundación dirigida a nuestros stakeholders y programa de licenciamiento de la marca Chile, con el fin de reunir a quienes colaboran para construir y potenciar la imagen de Chile en el mundo bajo la idea de conocerse, relacionarse y compartir experiencias, conocimientos, ideas y desafíos en torno al posicionamiento internacional de nuestro país. Esta conferencia busca también ahondar en el valor de la marca país y sus beneficios como también entregar herramientas para posicionar a nuestro país a nivel internacional. Chile, por intermedio de la Fundación Imagen de Chile, asume la presidencia del Consejo Iberoamericano de Marcas País (CIMAP) hasta diciembre de 2024, donde deberá acoger el 11° edición del Foro Iberoamericano de Marcas País, encuentro de Place Branding más importante de Iberoamérica, espacio para compartir experiencias sobre la gestión estratégica en este ámbito desde una perspectiva internacional. El objetivo de esta actividad es liderar la organización y generar iniciativas que permitan a la Fundación ser un referente para los integrantes del CIMAP y el ecosistema de place branding regional, poniendo en valor nuestra estrategia de marca país y estrechando lazos. En paralelo, se busca consolidar y fortalecer el Consejo como el espacio por excelencia de análisis, intercambio y colaboración entre marcas territoriales. La campaña de la Fundación “Chile, País de Mujeres” consiste en una serie de acciones que se realizan por la Fundación con motivo de la conmemoración del 8M para la difusión		
---	--	--



permanente de una serie de piezas documentales producidas por esta Institución, en las cuales se muestra la identidad de la mujer chilena de hoy. La imagería de hidrógeno verde (H2V) consiste en la realización de un relato por la Fundación que vincule a Chile como el país más relevante del mundo en la producción de H2V. La idea es poder dotar a stakeholders de una imagen del H2V chileno con la que salir a comunicar la potencialidad del país en la materia. El trabajo con prensa nacional se centra en acciones de la Fundación enfocadas en la construcción y fortalecimiento de relaciones con medios de comunicación nacionales. El objetivo principal de estas acciones es establecer y mantener un diálogo constante y efectivo con periodistas, editores y otros profesionales de medios locales, promoviendo la gestión de temáticas vinculadas a la institución y la imagen del país. Difusión en distintos idiomas a través de las plataformas digitales: A excepción de los mercados prioritarios de América Latina y España, las audiencias relevantes de la Fundación tienen el inglés como lengua nativa o lo usan como lengua franca. Para avanzar en una estrategia más pertinente para esas audiencias, con contenidos desarrollados desde su concepción en inglés, el ecosistema digital de la Fundación debe adoptar esa lengua como la principal en sus comunicaciones, por lo que las acciones de esta institución se enfocarán en esta vía. Con todas estas actividades realizadas por la Fundación se espera alcanzar al menos 60 millones de personas para el total de las campañas realizadas en los mercados prioritarios y la realización de al menos 2 campañas articuladas con 1 o más stakeholders. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1. Contratación de servicios de asesorías para la creación y definición de acciones y lineamientos necesarios para el fortalecimiento de la implementación de la estrategia de la Fundación Imagen de Chile, supervisadas por la Dirección Ejecutiva. 2. Contratación de apoyo en la implementación de la estrategia del relato definida por la Fundación Imagen de Chile, supervisado por la Dirección de Marketing. 3. Contratación de servicios de apoyo con la gestión comunicacional relacionada a campañas, eventos y activaciones, supervisado por la Dirección de		
---	--	--



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



Comunicaciones. 4. Compra de publicidad online y offline, en base a la planificación realizada por la Dirección de Marketing. 5. Contratación de servicios de producción y postproducción de piezas gráficas, musicales, fotográficas y audiovisuales, según la planificación, preproducción y supervisión de la Dirección de Marketing. 6. Contratación de servicios para la realización de locuciones, traducciones y transcripciones, según la planificación y supervisión de la Dirección de Marketing. 7. Producción y gastos logísticos para implementación de eventos y activaciones, supervisados por la Dirección de Marketing. 8. Arrendamiento de salones y espacios para eventos, activaciones y talleres. 9. Gastos asociados a participación presencial en actividades nacionales e internacionales destinados a promover la imagen de Chile, incluyendo alojamientos y alimentación, viáticos, seguros de viaje, movilización interna, visas, gastos logísticos y compra de pasajes. 10. Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta.		
Línea de trabajo 2: Diplomacia pública, gestión de comunicaciones, prensa y opinión pública.	\$ 100.200.000	
Esta línea considera el posicionamiento por parte de la Fundación de 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, guiados por la Fundación. Se hace un seguimiento periódico de las notas aparecidas en prensa de los medios internacionales, de forma de supervisar la aparición de la información en los distintos medios. Para el presente convenio se considera el trabajo con prensa internacional, viajes con prensa internacional, trabajo con prensa nacional, monitoreo de prensa, realización de la memoria institucional año 2024, entre otros. El Trabajo con Prensa Internacional busca realizar acciones de fortalecimiento de la Fundación Imagen de Chile para la vinculación con los medios internacionales, a fin de robustecer la presencia y percepción de Chile en el escenario internacional. En línea con el relacionamiento que se ha	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)

generado con los corresponsales internacionales basados en Chile, los objetivos principales son: - Fortalecer la vinculación con los medios internacionales: Este objetivo busca establecer y profundizar las relaciones con los medios de comunicación a nivel internacional. El propósito es aumentar la presencia y mejorar la percepción de Chile en el escenario global. - Generar nuevos contactos con editores de medios: Además de fortalecer las relaciones ya existentes con corresponsales internacionales en Chile, esta acción de la Fundación, aspira a expandir su red de contactos incluyendo a los editores de medios. Esto implica establecer comunicaciones por parte de la Fundación con aquellos que tienen un papel clave en la toma de decisiones editoriales en medios de comunicación internacionales. Los viajes con prensa internacionales realizados por la Fundación para corresponsales extranjeros, buscan visibilizar, por esta misma Institución, los aportes de Chile frente a las problemáticas mundiales, englobados dentro de los ejes de Democracia, Sustentabilidad y Diversidad. El trabajo con prensa nacional se centra en acciones de la Fundación enfocadas en la construcción y fortalecimiento de relaciones con medios de comunicación nacionales. El objetivo principal de estas acciones es establecer y mantener un diálogo constante y efectivo con periodistas, editores y otros profesionales de medios locales, promoviendo la gestión de temáticas vinculadas a la Institución y la imagen del país. El monitoreo de prensa, por parte de la Fundación, considera la recopilación, análisis y síntesis de las acciones e iniciativas que desarrolla esta institución, que permitan evaluar los resultados, así como darlos a conocer entre aliados y stakeholders. Esta actividad considera acciones como: Estandarizar la estructura y contenidos de los informes y definir BBDD específicas para difusión, todo realizado por la Fundación. La memoria institucional de la Fundación Imagen de Chile es una herramienta esencial que permite compartir de manera efectiva los logros, desafíos y proyecciones futuras con todos los stakeholders de la Fundación. Este documento no sólo refleja el pasado, sino que también traza la ruta para el trabajo de los próximos meses. Los objetivos de la Fundación al elaborar la memoria anual corporativa van más allá de una simple recopilación de actividades, reuniones, acciones y datos financieros. Se busca proporcionar una visión integral de nuestro quehacer, procurando que no solo sea un informe,		
---	--	--



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

sino una herramienta de comunicación efectiva. Con estas actividades realizadas por la Fundación se espera lograr al menos 1.500 publicaciones en prensa internacional, 200 publicaciones en prensa nacional enfocándonos en favorabilidad y medios de relevancia, además de al menos 12 reuniones de relacionamiento con medios de comunicación de relevancia, líderes de opinión y/o stakeholders. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1. Contratación de servicios de apoyo en el monitoreo y generación de indicadores cuantitativos y cualitativos sobre la cobertura de Chile en la prensa internacional, supervisado por la Dirección de Comunicaciones. 2. Contratación de plataforma de monitoreo de medios y prensa, supervisada por la Dirección de Comunicaciones. 3. Producción y postproducción fotográficas y audiovisuales, según la planificación, preproducción y supervisión de la Dirección de Comunicaciones. 4. Realización de locuciones, traducciones y transcripciones según la planificación y supervisión de la Dirección de Comunicaciones. 5. Gastos en suscripciones de medios de comunicación nacionales e internacionales. 6. Contratación de servicios internacionales de relaciones públicas para actividades con stakeholders, supervisado por la Dirección de Comunicaciones. 7. Contratación de servicios de apoyo en el diseño y diagramación para la elaboración de la memoria institucional digital de la Fundación Imagen de Chile, supervisada por la Dirección de Comunicaciones. 8. Producción y gastos logísticos, arriendo de espacios y salones para actividades con corresponsales de prensa, prensa nacional y prensa internacional, supervisados por la Dirección de Comunicaciones. 9. Gastos asociados con la realización de viajes de prensa y la participación en actividades nacionales o internacionales con corresponsales de prensa, prensa nacional y prensa internacional incluyendo alojamiento y alimentación, viáticos, seguros de viaje, movilización interna, visas, gastos logísticos y compra de pasajes. Esto supervisado por la Dirección de Comunicaciones. 10. Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios que constituyen insumos necesarios		
---	--	--



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta.		
---	--	--

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
Componente 2: Estrategia de coordinación público/privada	\$36.500.000	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
Línea de trabajo 3: Relacionamiento socios estratégicos nacionales e internacionales.	\$ 13.500.000		
Esta línea se desarrolla mediante la creación de alianzas por parte de la Fundación para alinear y coordinar el mensaje en torno a Chile consensuando relatos y potenciando acciones de actores claves de modo de fortalecer el posicionamiento del país en mercados internacionales y locales; todo por parte de la Fundación. Para el presente convenio se considera la realización del plan de alianzas existente y nuevos acuerdos de colaboración, el plan regional, el lanzamiento y difusión de la imagería de hidrógeno verde, el trabajo con prensa internacional, entre otros. Considerando que la Fundación ha asumido un rol articulador clave al colaborar estrechamente con diversas entidades público-privadas, el objetivo del plan de alianzas existente y nuevos acuerdos de colaboración apunta a ordenar y formalizar internamente el proceso de relacionamiento y generación de alianzas con nuestros stakeholders con el propósito de potenciar al máximo esta red de apoyo. La implementación del plan regional por parte de la Fundación busca instaurar un trabajo colaborativo entre la Fundación Imagen de Chile con dos/tres regiones de Chile. Con el objetivo particular de acompañar a aquellas regiones que ya iniciaron con su plan de internacionalización para que existan las sinergias pertinentes con el posicionamiento internacional de Chile. La imagería de hidrógeno verde (H2V) consiste en la realización de un relato por la Fundación que vincule a Chile como el país más relevante del mundo en la producción de H2V. La idea es poder dotar a stakeholders de una imagen del H2V chileno con la que salir a comunicar la potencialidad del país en la materia. El Trabajo con Prensa Internacional busca realizar acciones de fortalecimiento de la Fundación Imagen de Chile para la vinculación con los medios internacionales, a fin de robustecer la presencia y percepción de Chile en el escenario internacional. En línea con el relacionamiento que se ha generado con los corresponsales internacionales basados en Chile.		01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



Con estas actividades realizadas por la Fundación se espera lograr al menos 3 actividades de impacto en colaboración con socios estratégicos que relevan la Marca País. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1.Gastos relacionados con la implementación de acciones de colaboración con stakeholders principales, supervisada por la Unidad de Alianzas Estratégicas. 2.Gastos de producción y gastos logísticos para conferencias, eventos y activaciones, supervisados por la Unidad de Alianzas Estratégicas. 3.Arrendamiento de salones y espacios para relacionamiento con socios estratégicos nacionales e internacionales. 4.Gastos asociados a la ejecución presencial del plan regional de la Fundación Imagen de Chile, incluyendo alojamientos y alimentación, viáticos, seguros de viaje, movilización interna, visas, gastos logísticos y compra de pasajes. 5.Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta		
Línea de trabajo 4: Programa uso de marca		\$ 23.000.000
Esta línea busca robustecer por parte de la Fundación Imagen de Chile la Marca País a través de la masificación de su uso por parte de empresas, para posicionar Chile tanto en el país como en el exterior. Con este objetivo se realizarán por parte de la Fundación encuentros regionales para difundir la utilización de la marca país. Los encuentros regionales consistirán en presentaciones por parte de la Fundación del Programa de Uso de Marca en las capitales regionales. El Programa uso de marca Chile consiste en otorgar por parte de la Fundación el uso gratuito de la licencia de la Marca Chile como sello en la promoción de productos o servicios chilenos con el fin de posicionar el valor del origen en el mercado nacional e internacional. De esta forma se busca posicionar el valor del origen tanto en el mercado nacional como en el extranjero y contribuir a la preferencia de productos, servicios y eventos nacionales, potenciando “Made by Chileans” para que sea factor de orgullo, responsabilidad y valor agregado generando: Visibilidad de la Marca Chile en el mercado nacional e internacional; Espacio para difundir y transmitir el rol de la Fundación y vínculo permanente con la ciudadanía y el mecanismo a través del cual acceden a su marca		
	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



país. Con estas actividades realizadas por la Fundación se espera lograr al menos 100 nuevos usuarios de la Marca Chile donde al menos 70 sean empresas exportadoras que garanticen una efectiva presencia de la Marca Chile en mercados internacionales. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1.Contratación de servicios de mantención, actualización y ampliación de la plataforma de postulación online de las empresas del Programa uso de marca, supervisada por la Dirección de Marketing. 2.Producción y postproducción de piezas gráficas, musicales, fotográficas y audiovisuales, según la planificación, preproducción y supervisión de la Dirección de Marketing. 3.Gastos asociados con visitas requeridas para la implementación del Programa uso de marca, supervisados por la Dirección de Marketing, incluyendo alojamientos y alimentación, viáticos, movilización interna, seguros de viaje, visas, gastos logísticos y compra de pasajes. 4.Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta		
--	--	--

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
Componente 3: Estrategia y capital de Marca	\$217.000.000	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
Línea de trabajo 5: Generación de contenidos propios y para apoyo a Stakeholders.	\$ 32.000.000		
Esta línea considera el desarrollo por parte de la Fundación Imagen de Chile de contenido audiovisual y promocional genérico y específico de la Fundación, que sirve como soporte para las diferentes actividades estratégicas, tácticas y eventos que se llevan a cabo durante el periodo, así como en las acciones de branding Chile de los consulados y educando a las audiencias, todo realizado por la Fundación Imagen de Chile. El Branding Chile Consulados busca poder vestir por parte de la Fundación los consulados de Chile en el mundo con una imagen coherente con la imagen de Chile. La idea es poder alinear la imagen de los consulados con elementos que		01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



destaquen el logo de Chile. Se privilegiará por parte de la Fundación comenzar con los mercados prioritarios.

La acción educando a las audiencias busca establecer por parte de la Fundación Imagen de Chile el reconocimiento de Marca Chile y su trabajo en la construcción de la imagen país, de manera que esta sea fácilmente reconocida en Chile y el resto del mundo. Para esto, se ejecutará por parte de la Fundación y en sus canales digitales una campaña sostenida donde a través de distintas acciones lúdicas se generarán instancias de interacción educativas con nuestra audiencia siguiendo lineamientos estratégicos previamente definidos. El objetivo de la Fundación es educar en los siguientes conceptos, siguiendo esta priorización: Qué es Marca Chile y cuál es su contribución al desarrollo del país; Qué es una marca país y cuál es su importancia en un mundo globalizado; y el papel desempeñado por la Fundación Imagen de Chile administrando la Marca Chile en la promoción del país.

Con estas actividades realizadas por la Fundación se espera lograr al menos 215 nuevas piezas audiovisuales o fotográficas para el archivo y activo de la Fundación para uso de distintos stakeholders.

Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos:

1. Contratación de servicios de producción y postproducción de piezas gráficas, musicales, fotográficas y audiovisuales, según la planificación, preproducción y supervisión de la Dirección de Marketing.
2. Contratación de servicios de apoyo en el desarrollo de productos web, en base a la planificación realizada por la Dirección de Desarrollo Digital.
3. Compra de publicidad online y offline, en base a la planificación realizada por la Dirección de Marketing.
4. Apoyo en el diseño y diagramación para la elaboración de manuales de branding, supervisado por la Dirección de Marketing.
5. Inscripciones y postulaciones a eventos e instancias internacionales que permitan difundir la imagen de Chile en el exterior.
6. Gasto en licencia de uso de imágenes y videos.
7. Contratación de licencias de programa de Marketing de edición de material audiovisual en línea.
8. Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales.

Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)

123



secundarios que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta		
Línea de trabajo 6: Branding y producción general de activaciones asociadas a Stakeholders	\$ 15.000.000	
Esta línea considera la producción, desarrollo y mantención de material promocional y merchandising de la Fundación Imagen de Chile, que sirve como soporte para las diferentes actividades estratégicas y tácticas que se lleven a cabo durante el período por parte de la Fundación, como eventos internacionales en mercados relevantes, entre otras a definir durante el período. Para el presente convenio se considera la adquisición de merchandising y la producción, montaje, mantención y bodegaje de material gráfico como corpóreos de Chile. Se espera realizar al menos 2 acciones de branding en sitios de interés turístico para visitantes internacionales. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1.Producción de material promocional y merchandising, de acuerdo al plan de adquisición elaborado por la Dirección de Marketing. 2.Contratación de servicios de producción, montaje, mantención y bodegaje de corpóreos, supervisados por la Dirección de Marketing. 3.Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
Línea de trabajo 7: Gestión y proyectos en plataformas digitales	\$ 170.000.000	
Esta línea considera por parte de la Fundación el desarrollo, mantención y mejora continua de las distintas plataformas digitales. Dentro de algunas actividades específicas para el período destacan: Implementación por parte de la Fundación de la estrategia general para mercados prioritarios y actores públicos y privados relevantes; aumento del alcance e impacto del ecosistema digital de la marca, entre otras.	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



Para el presente convenio se considera la web como portal de Chile, las redes hacia la comunidad digital, newsletter institucional 2.0, métricas digitales, banco audiovisual, entre otros; todas acciones ejecutadas por la Fundación.

El nuevo sitio web de la Fundación Imagen de Chile, lanzado a fines de noviembre de 2023, está al centro de la nueva estrategia del ecosistema digital de la Fundación. Es un espacio en el cual los tres ejes del relato de Chile que impulsa la Fundación se despliegan de manera coherente y continua, y además aspira a visibilizar sostenidamente el trabajo colaborativo con los stakeholders públicos y privados relevantes para la imagen internacional del país. En 2024, se potenciará el sitio en seis líneas de trabajo ejecutadas por la Fundación:(1) Implementación de la campaña del nuevo relato, (2) Rediseño de páginas, (3) Nuevas secciones, (4) Nuevos formatos de productos asociados, (5) Estrategia de colaboración permanente con stakeholders, y (6) Estrategia SEO.

Durante el presente convenio, las redes sociales de la Fundación consolidarán la estrategia implementada a contar del segundo semestre de 2023, a través de la cual se presentarán los ejes del relato (sustentabilidad, diversidad, democracia) con contenidos que faciliten aumentar el alcance, una mayor focalización en los mercados prioritarios e iniciar la fidelización de audiencias. Se desarrollarán cinco líneas de acción por parte de la Fundación: (1) Campaña nuevo relato, (2) Estrategia de colaboración permanente con stakeholders, (3) Diferenciación de redes por audiencias, (4) Construcción de comunidad digital Marca Chile, e (5) Integración de las campañas desarrolladas por Marketing en la grilla del ecosistema.

El newsletter institucional 2.0, tiene como objetivo potenciar por parte de la Fundación un canal crucial para la comunicación de la Fundación con sus stakeholders: el newsletter mensual. Este trabajo de la Fundación se centra en cuatro aspectos y acciones principales, ejecutadas por ella: (1) Actualizar gráficamente el newsletter. Se busca alinear visualmente el boletín con el nuevo relato de la Fundación y sus ejes matrices, proporcionando una imagen coherente y atractiva. (2) Crear un template en Mailchimp. Esta acción incluye la creación de un template directamente en Mailchimp. Esto permitirá al equipo digital de la Fundación contar con total independencia al momento de generar nuevas versiones del newsletter, facilitando su proceso de creación y personalización. (3) Expandir y segmentar la base de datos. Se trabajará en el aumento y la segmentación de la



base de datos, permitiendo realizar por parte de la Fundación envíos específicos de acuerdo con el perfil de los stakeholders. Esta estrategia busca mejorar la relevancia y personalización de los contenidos para cada audiencia específica. (4) Crear templates por tipo de comunicación. En el contexto de la más dinámica administración de Mailchimp, se crearán templates para envíos de comunicaciones a stakeholders distintas al newsletter mensual (invitaciones, comunicaciones especiales, etc.) Las métricas digitales consisten en la generación de una estrategia de la Fundación de medición permanente para la Fundación Imagen de Chile, que incluye todos los canales digitales de Marca Chile. El Banco Audiovisual de la Fundación Imagen de Chile es un servicio que tiene dos objetivos: Por una parte, resguarda de manera segura todo el archivo audiovisual y fotográfico de la Fundación en la nube, evitando así arriesgar este activo a un eventual deterioro o pérdida de éste, que puedan tener dispositivos análogos de almacenamiento (discos duros). Por otro lado, al estar en la nube y enlazado a una plataforma digital, permite disponibilizar de manera remota dicho material, tanto a colaboradores de la Fundación, como a proveedores y Socios, que requieren de material audiovisual y fotográfico de Chile para complementar su gestión. Con estas actividades realizadas por la Fundación se espera lograr al menos 6.000 descargas realizadas en el banco Audiovisual. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1. Contratación de servicios de apoyo en la implementación de la estrategia del ecosistema digital de la Fundación Imagen de Chile, la que considera, entre otros, redes sociales, sitios web y su mantención, y email marketing, supervisado por la Dirección de Desarrollo Digital. 2. Compra de licencias, tales como: Plataforma de envío masivo de correos electrónicos, servicios de Inteligencia Artificial, herramientas de investigación de palabras claves, desarrollador de software de las aplicaciones de Apple. entre otros. 3. Contratación de servicios de mantención de plataforma digital de gestión de archivo audiovisual y fotográfico, supervisados por la Dirección de Marketing. 4. Adquisición de servicios en la nube para infraestructura de tecnología (Amazon Web Service), servidor Cloud de		
--	--	--



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

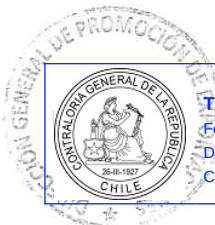
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)



aplicaciones y otros servicios de infraestructura informática para las plataformas digitales como MPLS (Multiprotocol Label Switching) y Firewall. 5. Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios y que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta		
---	--	--

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
Componente 4: Estrategia Corporativa y Estudios	\$120.000.000	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
Línea de trabajo 8: Embajadores de la Marca Chile	\$ 10.000.000		
Esta línea tiene por objetivo levantar, priorizar, implementar y coordinar las acciones que permitan desarrollar el propósito fundamental y los objetivos estratégicos de la Fundación con sus socios principales. En línea con el Directorio, se busca transmitir los valores de marca y el relato generado, acompañando in-situ las distintas actividades que promuevan nuestra imagen e identidad, generando una línea de embajadores de la Marca Chile, a la vez que se asegure el correcto uso de las herramientas comunicacionales que la Fundación pretende posicionar con distintos usuarios. Para el presente convenio se considera la invitación por parte de la Fundación a speakers internacionales que sean embajadores de marca para participar en el Encuentro Imagen de Chile, entre otros. Con estas actividades realizadas por la Fundación se espera organizar al menos 2 instancias con la participación de embajadores de marca. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: - Contratación de servicios de consultoría internacional experta en branding para la participación, como Speakers-embajadores de marca, en eventos que promuevan la imagen de Chile en el exterior. - Gastos relacionados con la participación de expertos en branding en eventos que promuevan la imagen de Chile en el exterior, incluyendo alojamientos y alimentación,		01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



viáticos, seguros de viaje, movilización interna, gastos logísticos y compra de pasajes. 3. Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta		
Línea de Trabajo 9: Articulación, relacionamiento y desarrollo de insumos estratégicos.	\$ 60.000.000	
Esta línea tiene por objetivo realizar acciones por parte de la Fundación que potencien la articulación, relacionamiento y desarrollo de insumos estratégicos relevantes. Con el propósito de seguir posicionando el país a nivel internacional, como parte del plan de trabajo se brindará apoyo por parte de la Fundación a una serie de hitos internacionales a cargo de distintos socios estratégicos a lo largo del año. Estos eventos han sido seleccionados estratégicamente por la Fundación por su relevancia sectorial y con el fin de enfatizar y darle alcance a los tres ejes del relato país: Sustentabilidad, Diversidad y Democracia con sus respectivas bajadas sectoriales. De este modo, se busca seguir fortaleciendo una imagen país sólida, coherente y consistente en el exterior. Con estas actividades realizadas por la Fundación se espera participar en al menos 4 eventos internacionales con stakeholders. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1. Gastos asociados con la participación de representantes de la Fundación en los principales eventos internacionales realizados con stakeholders, incluyendo viáticos, movilización interna, visas, seguros de viaje, gastos logísticos y compra de pasajes. 2. Compra de entradas a eventos y actividades internacionales. 3. Arrendamiento de espacios y salones para relacionamiento, presentaciones y jornadas de planificación estratégica. 4. Gastos relacionados con reuniones de relacionamiento. 5. Servicio de branding para acondicionamiento de oficina que permita el relacionamiento efectivo. 6. Pago de impuestos así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

W



servicios secundarios que constituyen insumos necesarios para cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta			
Línea de trabajo 10: Estudios y análisis de tendencias		\$ 50.000.000	
Esta línea considera la realización por parte de la Fundación de estudios propios y de seguimiento de rankings de Marca País que permitan analizar la percepción de la imagen país en mercados prioritarios, en torno a ejes claves de posicionamiento y medición de indicadores. Incluye, asimismo, el análisis por parte de la Fundación de la presencia del país en medios extranjeros y otras mediciones de carácter cualitativo. Esto es de suma importancia para monitorear la percepción internacional del país, levantar nuevas oportunidades y escenarios para posicionar Chile, y analizar posibles nuevos mercados. Con estos insumos se espera realizar por parte de la Fundación al menos 10 presentaciones de los estudios a stakeholders relevantes. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1. Contratación de servicios para el apoyo en la medición y entrega de resultados del Estudio Longitudinal en Mercados Prioritarios, diseñado y supervisado por la Unidad de Estudios, incluyendo la compra de rankings de Marca País. 2. Contratación de servicios para el apoyo en la medición y entrega de resultados del Estudio de Orgullo Chileno, diseñado y supervisado por la Unidad de Estudios. 3. Contratación de servicios para el apoyo en la medición y entrega de resultados de otros estudios específicos, diseñados y supervisados por la Unidad de Estudios. 4. Arrendamiento de espacios y salones para presentaciones, servicios de catering y gastos logísticos relacionados. 5. Contratación de plataforma de encuestas online para crear cuestionarios y analizar datos. 6. Gastos relacionados con la difusión de resultados de las encuestas, tanto a través de medios, así como por presentaciones presenciales que requieran visitas en el territorio nacional (alojamiento y alimentación, viáticos, movilización interna, gastos logísticos, compra de pasajes). 7. Pago de impuestos, así como comisiones y gastos bancarios generados por la contratación de servicios internacionales. Los servicios de apoyo anteriormente señalados abarcan servicios secundarios que constituyen insumos necesarios para		01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



cumplir con lo descrito en esta línea de trabajo. Se hace necesario esta contratación por requerir de conocimiento técnico especializado y/o equipamiento que Imagen de Chile no cuenta.		
--	--	--

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
Componente 5: Trabajo Interno y Gastos Administrativos	\$1.253.667.000	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
Línea de trabajo 11: Administración y finanzas		\$ 250.000.000	
Esta línea tiene como objetivo realizar acciones por parte de la Fundación para mantener el funcionamiento institucional operacional de la oficina a través de los siguientes gastos: 1.Servicios básicos (incluyendo arriendo de oficinas, y/o salas de reuniones, gastos comunes, electricidad, agua, telefonía, aseo, movilización y envío de correspondencia, materiales de oficina, uniformes, bodegaje, gastos de mantención y reparaciones general de la oficina y mobiliario, entre otros) 2.Servicios informáticos (arriendo de impresoras, gestión de dominios de correos electrónicos, internet en la nube, wifi específico, soporte de Infraestructura TI, licencias de programas antivirus, programas de contabilidad y remuneraciones, renovación de dominios y direccionamientos de dominio, entre otros) 3.Contratación de servicios de evaluaciones psicolaborales y de reclutamiento de personal. 4.Contratación de servicios administrativos contables, definidos y supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 5.Contratación de servicios de auditoría externa a los estados financieros de la Fundación Imagen de Chile, según planificación y supervisión de la Dirección de Administración y Control de Gestión. 6.Adquisición y contratación de servicios relacionados con hardware computacional, equipos informáticos administrativos y accesorios relacionados. 7.Adquisición de licencias (transcripción de audio, videollamadas y reuniones virtuales, Microsoft Office, software para visualización y anotación de archivos en PDF, entre otros). 8.Contratación de servicios de apoyo para la implementación de la nueva ley de compras públicas en la Fundación Imagen de Chile, supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 9.Contratación de servicios de asesoría para la medición del clima laboral, supervisados por la Dirección de Administración y Control		01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



de Gestión 10. Gastos notariales, pago de impuestos, comisiones y gastos bancarios		
Línea de trabajo 12: Recursos humanos	\$ 983.667.000	
Esta línea comprende el pago de remuneraciones completas, impuestos, cotizaciones provisionales, finiquitos y pagos que resulten de resoluciones ante la Inspección del Trabajo para el período que contempla el Convenio, por un máximo de 24 personas, según el siguiente detalle: 1. Directora Ejecutiva 2. Director de Administración y Control de Gestión 3. Controller de Gestión 4. Jefe Jurídico 5. Jefa Administración y Finanzas 6. Director de Desarrollo Digital 7. Productora Audiovisual Multimedia 8. Coordinador de Estrategia Digital 9. Coordinador de Canales Digitales 10. Director de Marketing 11. Coordinadora de Marketing 12. Jefe Programa uso de Marca 13. Jefe Contenidos Audiovisuales 14. Jefa de Proyectos de Marketing 15. Director de Comunicaciones 16. Jefa de Prensa Internacional 17. Coordinadora de Comunicaciones 18. Coordinadora de Prensa 19. Asesora Senior de Alianzas Internacionales 20. Jefa de Alianzas Estratégicas 21. Coordinador de Alianzas Estratégicas 22. Coordinador de Alianzas Estratégicas 23. Jefe de Estudios 24. Asistente Ejecutiva El gasto en personal será de hasta \$983.667.000 para financiar un número de hasta 24 personas; contrataciones que deben guardar estricta relación con los objetivos de la transferencia, según lo indicado en la glosa 06 de la Ley de Presupuesto del año 2024. Algunos cargos pueden ser ajustados según el plan de trabajo supervisado por la Directora Ejecutiva.	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
Línea de trabajo 13: Gastos legales	\$ 20.000.000	



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)

Esta línea comprende acciones que tienen por finalidad ejecutar servicios y gastos jurídicos por parte de la Fundación relacionadas al apoyo de gestiones legales ligadas al estudio e implementación de la ley de compras públicas, asegurar la adecuada respuesta de la Fundación en temas contables, tributarios y legales, relacionados con el plan de trabajo. Actividades legales por parte de la Fundación en relación con la recuperación de los dominios, acciones de apoyo para la modificación de los estatutos y gobierno corporativo, defensa por parte de la Fundación en causas laborales iniciadas durante el presente año y hasta la vigencia del convenio que no tengan su origen en incumplimientos en que incurra la Fundación respecto de la normativa laboral, previsional o tributaria aplicable al respectivo contrato. También forman parte de esta línea la cesión de derechos de material audiovisual. Para la realización de estas actividades, se consideran los siguientes conceptos de gastos: 1. Servicios legales externos para la implementación de la ley de compras públicas en la Fundación Imagen de Chile, supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 2. Servicios legales externos para la actualización y modificación de los estatutos de la Fundación Imagen de Chile, lo que contempla, hacer un levantamiento de las necesidades de la Institución, del Directorio y los stakeholders, así como el cumplimiento de los requisitos legales para su aprobación e implementación, supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 3. Servicios legales externos para asesorías, gestiones y tramitaciones en materia de derecho de propiedad intelectual, industrial y protección de datos personales, supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 4. Servicios legales externos para asesorías, gestiones y tramitaciones en materia de derecho tributario nacional y de tributación internacional, supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 5. Servicios legales externos para asesorías y gestiones en materia de derecho administrativo y ley de acceso a la información pública, supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 6. Servicios legales externos para la defensa judicial de la Fundación Imagen de Chile, durante toda instancia procesal, hasta la dictación de sentencia definitiva, supervisados por la Dirección de Administración y Control de Gestión. 7. Plataforma online para firmar contratos.	01 de abril de 2024	31 de marzo de 2025
--	------------------------------------	------------------------------------



TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

3. METAS POR COMPONENTE:

Componente de Trabajo	Meta Propuesta	Fecha Inicio	Fecha Término	Medio de Verificación
C1: Acciones de posicionamiento y resguardo de reputación de la Marca Chile	- L1: Obtener un alcance total financiado por FICH de al menos 60MM de personas para el total de campañas realizadas en los mercados prioritarios. Se sumarán adicionalmente alcances de campañas organizadas en conjunto con stakeholders. - L1: Al menos 2 campañas articuladas con 1 o más stakeholders. - L2: Lograr 1.500 publicaciones en prensa internacional y 200 nacionales (escrito, radio, web, TV), enfocándonos en favorabilidad y medios de relevancia. - L2: Coordinar 12 reuniones de relacionamiento con medios de comunicación de relevancia, líderes de opinión y/o stakeholders.	01 abril 2024	31 marzo 2025	- L1: Informe de las plataformas digitales o de la agencia detallando el alcance de cada campaña - L1: Informe de las campañas realizadas - L2: Tabla informativa con publicaciones internacionales y nacionales. - Resumen con reuniones acumuladas en el periodo - L2: Informe con las fotografías de las reuniones de relacionamiento con los medios de comunicación



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)

C2: Estrategia de coordinación público/privada	- L3: Realización de al menos 3 actividades en colaboración con socios estratégicos que releven la Marca País. - L4: 100 nuevos usuarios de la Marca Chile, donde al menos 70 sean empresas exportadoras que garanticen una efectiva presencia de la Marca Chile en mercados internacionales vinculación con el sector privado y difusión de la Marca Chile en el extranjero.	01 abril 2024	31 marzo 2025	- L3: Listado de actividades generadas y socio(s) estratégico(s) involucrado en cada una - L4: Informe acumulado de usuarios nuevos generados durante el período, detallando el tipo de empresa y su presencia - internacional
C3: Estrategia y capital de marca	- L5: Generación de al menos 215 piezas audiovisuales o fotográfica para el archivo y activo FICH con el objetivo de uso por los Stakeholders. - L6: Al menos 2 acciones de Branding en sitios de interés turístico para visitantes internacionales. - L7: 6.000 descargas realizadas en el Banco Audiovisual.	01 abril 2024	31 marzo 2025	- L5: Reporte y entrega de piezas creadas - L6: Informe con registro fotográfico de la acción de branding montado - L7: Reporte mensual de descargas realizadas en el sitio
C4: Estrategia Corporativa y Estudios	- L8: Organización de al menos 2 actividades con embajadores/speakers de marca - L9: Participación en al	01 abril 2024	31 marzo 2025	- L8: Informe con el registro de las actividades realizadas - L9: Informe de



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



	menos 4 eventos internacionales con stakeholders - L10: Realizar al menos 10 presentaciones de los estudios a stakeholder relevantes.			posicionamiento de los eventos internacionales - L10: Informe con registro fotográfico de las presentaciones realizadas a stakeholders.
C5: Trabajo Interno y Gastos Administrativos	- Pago de remuneraciones, cotizaciones previsionales e impuestos dentro de los plazos establecidos. - Reducción del stock de vacaciones pendientes en un 5%.	01 abril 2024	31 marzo 2025	- Detalle de remuneraciones, cotizaciones e impuestos pagados a tiempo - Registro mensual del stock de vacaciones pendientes respecto del acumulado a marzo de 2024

PROYECTO
PROGRAMA DE TRABAJO
IMAGEN DE CHILE 2024

PROPONENTE:	FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE
AÑO CONVENIO:	2024

PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO IMAGEN DE CHILE 2024

Componente	Presupuesto Total (\$)
1. Acciones de posicionamiento y resguardo de reputación de la Marca Chile	\$ 336.531.000
2. Estrategia de coordinación público/privada	\$ 36.500.000
3. Estrategia y capital de marca	\$ 217.000.000
4. Estrategia corporativa y estudios	\$ 120.000.000
5. Trabajo interno y gastos administrativos	\$ 1.253.667.000
Total Proyecto	\$ 1.963.698.000

(hay un timbre Director) (hay una firma)
IGNACIO FERNÁNDEZ RUIZ
Director General
Dirección General de Promoción de Exportaciones

(hay una firma)
ROSSANA CECILIA DRESDNER CID
Directora Ejecutiva
Fundación Imagen de Chile



TOMADO DE RAZÓN
Fecha: 13/05/2024
DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ
Contralora General de la República (S)



II. IMPÚTESE la ejecución del presente convenio en la Partida 06, Capítulo 07, Programa 01, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, correspondiente al presupuesto en moneda nacional de la Dirección General de Promoción de Exportaciones vigente para el año 2024.

III. REMÍTASE la presente Resolución conjuntamente con el convenio suscrito a la Contraloría General de la República para su control de legalidad en conformidad a lo señalado en la Resolución N° 7 de 2019, de la Contraloría General de la República.

IV. NOTIFÍQUESE la presente resolución a la Fundación Imagen de Chile por el Departamento Dirección Marketing y Eventos haciéndole entrega copia integra de ella una vez que se encuentre totalmente tramitada.

V. PUBLÍQUESE, una vez tramitada la presente resolución, en el portal web de Gobierno Transparente de este servicio para así 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 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, NOTIFÍQUESE Y ARCHÍVESE

IGNACIO FERNÁNDEZ RUIZ
DIRECTOR GENERAL
DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Distribución:

- 1.- Contraloría General de la República.
- 2.- Dirección General.
- 3.- Dirección de Asuntos Jurídicos.
- 4.- Departamento Gestión de Personas.
- 5.- Departamento Dirección Marketing y Eventos.
- 6.- Oficina de Partes.

TOMADO DE RAZÓN

Fecha: 13/05/2024

DOROTHY AURORA PEREZ GUTIERREZ

Contralora General de la República (S)

