

REPUBLICA DE CHILE  
 MINISTERIO DE RELACIONES  
 EXTERIORES

DIRECCIÓN GENERAL  
 DE PROMOCION DE EXPORTACIONES

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

7 de Marzo de 2022

MINISTERIO DE HACIENDA OFICINA DE PARTES  RECIBIDO
---

**RESOLUCION AFECTA N° 2**

**VISTOS:** La Ley N° 21.395 de presupuestos del sector público correspondiente al año 2022; la Ley N° 21.080, que modifica diversos cuerpos legales con el objeto de modernizar el Ministerio de Relaciones Exteriores; el Decreto Supremo N° 76 de 2020 del Ministerio de Relaciones Exteriores; el Certificado de Disponibilidad Presupuestaria N° 00214/2022 del Departamento de Finanzas de PROCHILE y, la Resolución N° 7 de 2019, de la Contraloría General de la República.

**CONSIDERANDO:**

- 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, siendo desde el 1 de julio de 2019, la sucesora y continuadora legal de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, conjuntamente con la Subsecretaria de Relaciones Económicas Internacionales, cada uno en el ámbito de sus funciones.
- 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.

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



3. Que, en este contexto, la Ley N° 21.395, de Presupuestos del Sector Público para el año 2022, 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 \$2.658.842.000 (dos mil seiscientos cincuenta y ocho millones ochocientos cuarenta y dos mil pesos).

4. Que, ambas instituciones suscribieron con fecha 3 de marzo de 2022, 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 3 de marzo de 2022, entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones y la Fundación Imagen de Chile, cuyo texto se inserta y es el siguiente:

## CONVENIO

### DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Y

### FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

En Santiago, Chile, la **DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**, servicio público, Rut Único Tributario N° 62.000.680-7, representada según se acreditará por su Director General don JORGE O'RYAN SCHÜTZ, chileno, abogado, cédula de identidad N° 6.917.048-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 CONSTANZA CEA SÁNCHEZ, chilena, periodista, cédula de identidad N° 7.575.196-6, 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. 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.
3. Que en este contexto, la Ley N° 21.395, de Presupuestos del Sector Público para el año 2022, en la Partida 06, Capítulo 07, Programa 01, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 003, contempla una transferencia de recursos de **PROCHILE** a **IMAGEN**



**TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES**

Oficio: E206189/2022

Fecha: 21/04/2022

JORGE ANDRÉS BERMUDEZ SOTO

Contralor General de la República

**DE CHILE**, por la suma de \$2.658.842.000 (dos mil seiscientos cincuenta y ocho millones ochocientos cuarenta y dos mil pesos) y una glosa (04) que, entre otras materias, prevé que tales recursos serán transferidos conforme al convenio que se suscriba al efecto, en el cual deberá estipularse, a lo menos, las acciones a desarrollar, las metas, plazos y forma de rendir cuenta de su uso. Incluye hasta \$894.076.000 (ochocientos noventa y cuatro millones setenta y seis mil pesos) para financiar un número de hasta 24 personas, contrataciones que deben guardar estricta relación a los objetivos de la transferencia. Asimismo, señala que **PROCHILE** deberá publicar el convenio en su página web y que **IMAGEN DE CHILE** deberá incorporar en su página web información trimestral sobre sus estados financieros y una memoria anual de sus actividades, incluyendo su balance.

4. Que, a través del Formulario Único N° 415425, autorizado por el **JEFE DE FINANZAS DE PROCHILE**, se asignó fondos al proyecto N° 2218000, en adelante el **PROYECTO**, para el **PROGRAMA DE TRABAJO 2022- IMAGEN DE CHILE** por un monto de \$2.658.842.000 (dos mil seiscientos cincuenta y ocho millones ochocientos cuarenta y dos mil pesos).
5. 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.

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

En cumplimiento de lo expresado precedentemente, **PROCHILE** transferirá a **IMAGEN DE CHILE** la cantidad de \$ 2.658.842.000 (dos mil seiscientos cincuenta y ocho millones ochocientos cuarenta y dos 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 una sola cuota, a más tardar, el 31 de diciembre de 2022.

#### **CONDICIONES PARA LA TRANSFERENCIA DE RECURSOS PÚBLICOS**

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

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



**PROCHILE** la documentación necesaria para la debida actualización del registro institucional.

- e. 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.
- f. Que conforme lo dispone el artículo 59 de la Ley N° 19.728, **IMAGEN DE CHILE** esté al día en el pago de las cotizaciones de sus trabajadores, sobre seguro de cesantía, establecidas en la citada Ley. Para acreditar dicho pago, **IMAGEN DE CHILE** deberá enviar a **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 el hecho.

**IMAGEN 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 2022 o al 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 luego por un acto administrativo sometido al trámite de toma de razón por la Contraloría General de la República.

## **SEGUNDA: GARANTÍA POR TRANSFERENCIA DE FONDOS PÚBLICOS Y CUMPLIMIENTO FIEL Y OPORTUNO DE LAS OBLIGACIONES DEL CONVENIO**

Para garantizar la correcta utilización de los fondos públicos, así como el fiel y oportuno cumplimiento de las obligaciones del convenio, **IMAGEN DE CHILE** entregará a **PROCHILE** -previo a la transferencia - una boleta bancaria 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, por la suma de \$ 2.658.842.000 (dos mil seiscientos cincuenta y ocho millones ochocientos cuarenta y dos mil pesos), por un monto total equivalente a la transferencia, con fecha de vencimiento no anterior al 30 de agosto de 2023. Dicho instrumento deberá cubrir el pago de multas asociadas a la ejecución del **PROYECTO**.

La devolución de la garantía otorgada 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 o que se encuentren rechazados. 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.

Si faltando 60 días corridos para el vencimiento de la garantía, **PROCHILE** no hubiere aprobado el Informe Técnico Final como de la rendición de cuenta de los gastos asociados a la transferencia, **IMAGEN DE CHILE** dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para reemplazar la garantía vigente por una boleta bancaria de garantía pagadera a la vista, póliza de seguros de ejecución inmediata o vale vista, extendida por el plazo y monto que **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 la garantía a los fondos transferidos para la ejecución del **PROYECTO**.



Será obligación de **IMAGEN DE CHILE** mantener vigente la mencionada garantía, debiendo renovarla en caso de ser necesario; de lo contrario **PROCHILE** podrá hacer efectiva la misma, 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 2022- 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 nuevo 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 en el anexo de este convenio, 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 inversiones, exportaciones, turismo y en general, la preferencia del origen Chile y su reconocimiento en ámbitos como cultura, ciencia y deporte entre otros. 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 presenciales y virtuales con actores relevantes. Las líneas de trabajo para este componente serán:

- a. Planificación y Producción de Campañas masivas, Eventos, Activaciones, 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 nuevo propósito de Marca con los difusores de la imagen de Chile en el mundo público y privado. Así se pretende desarrollar esfuerzos para poder aumentar la cantidad y calidad de empresas que se integren en el uso de la Marca País, sumándose al nuevo concepto de Chile: Creating Future, y construyendo caminos para poder permitir a las empresas e innovaciones chilenas, posicionar sus productos y/o servicios en los mercados internacionales, resaltando lo mejor que nuestro país tiene para ofrecer. 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, eventualmente el Encuentro Imagen de Chile 2022-2023 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.



- b. Alianzas Internacionales
- c. 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, la adaptación de la estrategia desarrollada para una implementación consistente y relevante para todas las instituciones que hacen uso de ella. Además, en este componente se incluye el desarrollo de contenido audiovisual y promocional genérico y específico de **IMAGEN DE CHILE**, sirviendo como soporte para las diferentes actividades estratégicas y tácticas que se lleven a cabo durante el período, como eventos tipo Chile Day 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 **IMAGEN DE CHILE**. Dentro de algunas actividades específicas para el período destacan: Implementación de estrategia general "Chile: Creating Future" para mercados prioritarios y stakeholders; aumentar el alcance e impacto del ecosistema digital de la marca, entre otras. Este componente se descompone en 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, especialmente a través del Comité ChileOne. En línea con el Directorio, se busca transmitir los valores de marca y el relato generado, mediante un acompañamiento in-situ a 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 **IMAGEN DE CHILE** 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. Esto es de suma importancia para monitorear la percepción internacional del país, levantar nuevas oportunidades y escenarios para posicionar a Chile, y analizar posibles nuevos mercados. La subdivisión de actividades por línea en este componente será 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, para responder de buena forma al monitoreo de ACHS que se desarrollará durante el periodo, entre otros. Además, dentro de este grupo, se incluyen los costos asociados del área a cargo de cumplir con las rendiciones de cuenta que **IMAGEN DE CHILE** debe hacer, de supervisar la correcta ejecución de los recursos transferidos en el marco del presente convenio 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, junto con la cesión de derechos de material audiovisual o el levantamiento de las posibilidades que **IMAGEN DE CHILE** 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**, utilizando el formato de rendición que **PROCHILE** le proporcionará al efecto y sujetándose a lo establecido en la Resolución N° 30, de 2015, de la Contraloría General de la República, que "Fija Normas de Procedimiento sobre Rendición de Cuentas", o de las resoluciones que la modifiquen o reemplacen, así como también al Manual de Rendición de Cuentas de Transferencias de Fondos Públicos al Sector Privado, aprobado por 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 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 periodo 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. Señalar el tipo de informe, estudio, etc., y la fecha de su remisión a **PROCHILE**, 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. En caso de objeción, ésta será comunicada por carta certificada a **IMAGEN DE CHILE**, informándole detalladamente los antecedentes que originan la discrepancia. **IMAGEN DE CHILE** dispondrá de 5 días hábiles, desde la notificación, para aclarar la discrepancia. Recibida la aclaración de la discrepancia, o sin ella, **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 período de regularización al que se refiere la cláusula DÉCIMA de este instrumento.

**2º INFORME TÉCNICO PARCIAL:** Se deberá entregar dentro los primeros 20 días corridos contados 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 contados 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.



**TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES**

Oficio: E206189/2022

Fecha: 21/04/2022

JORGE ANDRES BERMUDEZ SOTO

Contralor General de la República

**INFORME TÉCNICO FINAL:** Se deberá entregar a más tardar el 20 de abril de 2023 y deberá informar los períodos comprendidos entre el primer día del mes 10 contados desde la total tramitación de la Resolución que aprueba el presente convenio hasta el 31 de marzo de 2023.

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 del proyecto, según el calendario establecidos en el Calendario de Informes.

Asimismo, 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.

**IMAGEN DE CHILE** presentará a **PROCHILE** 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 y deberá señalar, a lo menos, el monto de los recursos recibidos en el mes, el monto detallado de la inversión y el saldo disponible para el mes siguiente. Si el día 20 corresponde a un día inhábil, el plazo vencerá el día hábil siguiente.

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 DÉCIMA 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 2023.

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 original 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.

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:



**TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES**

Oficio: E206189/2022

Fecha: 21/04/2022

JORGE ANDRÉS BERMUDEZ SOTO

Contralor General de la República

- 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 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 el 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.

Los viajes al extranjero 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](http://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](http://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. Asimismo, **PROCHILE** 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.

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 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.

**PROCHILE** dispondrá de 20 días hábiles, contados desde la aprobación del Informe Técnico respectivo, para aprobar u objetar los informes de rendición de cuenta de los gastos. 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 aprobar o rechazar dicha rendición. En el evento que **IMAGEN DE CHILE** no aclarare la discrepancia dentro del plazo dispuesto para ello, **PROCHILE** rechazará la respectiva rendición de cuenta de gastos.

#### d) OTROS INFORMES

**PROCHILE** solicitará por escrito a **IMAGEN DE CHILE** información adicional y específica, cuando así lo estime pertinente, la que podrá ser



incorporada en los informes de contenido técnico, referidos en la letra a) de esta cláusula, o enviada por otra vía, lo que será determinado por **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.

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.

#### 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°4, de la Partida 06, Capítulo 07, Programa 01 de la Ley N° 21.395.

#### **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 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 de Departamento Dirección de Marketing y Eventos de **PROCHILE** o a quien la subrogue 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 se designe en su remplazo, cuestión que deberá ser comunicada por escrito a **PROCHILE**.

Las respectivas contrapartes técnicas deberán sostener reuniones periódicas, a lo menos bimensuales, 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, en especial en lo que se refiere a desarrollo de material gráfico y/o audiovisual, la realización y/o compra de estudios y el diseño de estrategias y campañas.

## **SÉPTIMA: SANCIONES**

Si ocurriere el evento a que se hace referencia en la Cláusula SEGUNDA inciso tercero de este instrumento e **IMAGEN DE CHILE** no diere cumplimiento oportuno a la obligación de reemplazar la garantía, **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.

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

Respecto de las marcas comerciales, nombres de dominio y del material gráfico y audiovisual que se elabore con motivo de la realización del **PROYECTO**, **IMAGEN DE CHILE** será responsable de cautelar que los derechos de propiedad intelectual e industrial asociados que se deriven de la ejecución del **PROYECTO** se constituyan a nombre de **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:

- 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 30 de junio de 2023, 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 2022.

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:



- a) **Gastos en personal:** incluye sueldos de los trabajadores de **IMAGEN DE CHILE** junto a sus respectivas cotizaciones previsionales, impuestos y pago de honorarios.
- b) **Tecnologías de la información:** incluye todos aquellos servicios de hardware y software que permitan asegurar la operación, tales como: arriendo de impresoras, equipos de escritorio y sus servicios asociados, enlaces a internet, telefonía, 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.

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.

**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 convenio de en forma electrónica en un (1) único ejemplar a un solo efecto y a disposición de ambas Partes.

La personería de don **JORGE O´RYAN SCHÜTZ** para representar a la Dirección General de Promoción de Exportaciones, consta en el Decreto Supremo N° 76, de 1 de julio de 2020, del Ministerio de Relaciones Exteriores. La personería de doña **CONSTANZA CEA SANCHEZ**, para representar a la Fundación IMAGEN DE CHILE, consta de Acta de Sesión Extraordinaria de Directorio de fecha 17 de octubre de 2018, reducida a escritura pública con fecha 17 de enero de 2019 ante la Notario Público de Santiago doña Myriam Amigo Arancibia, en relación con Acta de Sesión de Directorio de fecha 9 de agosto de 2016, reducida a escritura pública con fecha 10 de agosto del mismo año, ante el Notario Público de Santiago don Luis Latorre Marín, suplente de la titular doña Myriam Amigo Arancibia.

**JORGE  
EDUARDO  
ORYAN SCHUTZ**  
Firmado digitalmente  
por JORGE EDUARDO  
ORYAN SCHUTZ  
Fecha: 2022.03.03  
18:40:51 -03'00'

Firmado con firma electrónica  
avanzada por  
**CONSTANZA CEA SANCHEZ**  
Fecha: 2022.03.03 14:51:36 -0300

**JORGE O´RYAN SCHÜTZ**  
Director General  
Dirección General de Promoción de  
Exportaciones

**CONSTANZA CEA SANCHEZ**  
Directora Ejecutiva  
Fundación Imagen de Chile

### ANEXO

#### PROGRAMA DE TRABAJO 2022 Fundación Imagen de Chile

Datos del Proyecto	
Nombre del Proyecto:	Programa de Trabajo 2022 – Imagen de Chile
Fecha de Inicio:	1 de abril de 2022
Fecha de Término:	31 de marzo de 2023

#### I. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

##### 1. Misión y objetivos estratégicos de la Fundación Imagen de Chile 2022

La Fundación Imagen de Chile tiene como misión promover Chile de manera global, generando reconocimiento, reputación y preferencia a partir de sus elementos positivos y diferenciadores, de manera que el mundo conozca y prefiera Chile en todas sus dimensiones, contribuyendo así a su competitividad y bienestar.



Las Marcas País exitosas son aquellas capaces de agregar valor a todo lo vinculado a su sello, resguardando su identidad, reputación y trayectoria de manera coherente y diferenciadora, proyectando su valor a través del tiempo; siempre adaptándose a las tendencias mundiales y siendo capaces de responder a nuevas necesidades con propuestas coherentes, atractivas, creíbles y valiosas.

Por lo anterior, resguardar la reputación de Chile e incrementar la valoración del origen Chile, a través de su marca, es una tarea fundamental de nuestra institución. Para ello es primordial saber sintonizar con las tendencias y preferencias de las audiencias internacionales, tanto para incidir en sus percepciones, como para mantener la marca, y todo lo que ella comunica en coherencia y con un enfoque claro a través de sus contenidos y mensajes. Ello también implica mantener actualizada la marca y su estrategia. Desde su fundación el año 2009, Imagen de Chile ha tenido la capacidad de actualizarse y ajustar su quehacer de acuerdo con los tiempos, tomando en consideración la realidad, el contexto y los desafíos que se plantean tanto en el marco nacional como en el internacional.

El momento actual que vive Chile requiere especial atención en 2022, por un lado, tendremos que enfrentar los efectos que la pandemia aún ha dejado sobre la población y la economía; y por otro, los efectos que potencialmente tendrá en la reputación de Chile el proceso de cambio constitucional que el país está viviendo y la instalación de un nuevo gobierno. Por eso será clave cómo hoy nos planteamos como país ante el mundo en este momento histórico y ser capaces de generar una oportunidad en la que la imagen país salga fortalecida. A nivel internacional, el proceso constituyente ha satisfecho muchas expectativas por su naturaleza excepcional -su cauce institucional, con procedimientos y plazos establecidos, proceso participativo, garantías, entre otros-. Sin embargo, también despierta incertidumbre, existe en la opinión pública, consciente de los riesgos que un proceso así representa, especialmente cuando se trata de un país latinoamericano, aun cuando su trayectoria reciente destaque por su seriedad, respeto a la institucionalidad, orden, paz y vocación de progreso. Será fundamental brindar un relato general positivo, creíble y veraz del proceso vivido, para resguardar nuestra reputación, trayectoria y confianza en el ámbito internacional. Imagen de Chile, como institución debe tender puentes para que este proceso sea observado y seguido por el mundo, destacando lo positivo, entregando una perspectiva amplia, informando en forma oportuna y veraz los hechos.

Sabemos lo importante que es una imagen internacional positiva y una marca país valiosa para atraer oportunidades para los chilenos en ámbitos como las exportaciones, el turismo, las inversiones, entre otros; así como también cuánto puede beneficiar esa percepción a la reactivación económica y al empleo de los chilenos, para ello es necesario visibilizar los atractivos del país y el valor de su gente, con campañas, contenidos, mensajes y activaciones que pongan el nombre de Chile y los chilenos en un sitio de reconocimiento y preferencia, que nos distinga de la competencia. Chile es un país pequeño y alejado, pero con una sólida trayectoria que lo distingue y destaca dentro de los países de la región, a partir de los logros alcanzados en las últimas décadas por chilenos y chilenas. Imagen de Chile velará por mantener e incrementar ese valor para la marca Chile y todo el origen Chile.

Considerando la misión de nuestra institución y que este año será trascendental para la reactivación económica global post pandemia y de procesos políticos en nuestro país, Imagen de Chile se ha planteado **tres objetivos estratégicos claves** para potenciar nuestra imagen internacional, de la mano de nuestros socios estratégicos, y contribuir a aumentar la competitividad y valor del origen Chile:

- (i) **Articular actores del sector público y privado para que se apropien e integren a la estrategia y aumenten su impacto**



- (ii) **Lograr reconocimiento y validación nacional e internacional en temas de sustentabilidad, comunidad y calidad de vida**
- (iii) **Darle continuidad a la estrategia Creating Future (pasar del conocimiento a la acción) con contenidos relevantes y de impacto para el país y los chilenos**

## 2. Cumplimiento de los objetivos estratégicos

- (i) **Articular actores del sector público y privado para que se apropien e integren a la estrategia y aumenten su impacto**

La contribución que la Fundación Imagen de Chile aporta a la competitividad de nuestra marca país frente a nuestros pares en la región, tendrá especial importancia este año, pues potenciará el trabajo con miras a la reactivación económica post-pandemia. Es así como para el cumplimiento del objetivo general 2022 de la fundación, dentro de las diversas tareas, se destacan las siguientes:

- ✓ Maximizar la reputación de la Marca Chile y traducirlo en oportunidades de desarrollo de negocios, captación de inversiones y turismo. Para lograrlo, la Marca se asociará a diversos ámbitos como, por ejemplo, astronomía, ciencia y tecnología, cultura, deportes y sustentabilidad.
- ✓ Reordenar y potenciar una red de amplificación de mensajes por medio de la red de Embajadores y Usuarios de Marca, priorizando el ecosistema digital como método de comunicación.
- ✓ Aglutinar tanto a las instituciones públicas y privadas en torno a un mensaje común que aporte positivamente al posicionamiento de nuestro país en el exterior, y al mismo tiempo integrar a la comunidad nacional, apoyando nuestro sentimiento identitario, involucrando así a la ciudadanía en amplificación de la Marca Chile.

- (ii) **Lograr reconocimiento y validación nacional e internacional en temas de sustentabilidad, comunidad y calidad de vida**

Es clave mantener los canales de información correctamente activos, alimentados con información pertinente, veraz, oportuna, que permita a las audiencias y a la opinión pública internacional estar correctamente informada, reduciendo así la incertidumbre, resguardando la reputación de Chile y su impacto sobre sectores claves para el bienestar y reactivación económica de la población: exportaciones y comercio exterior, inversiones y turismo. Para realizar un trabajo efectivo, que resulte en una correcta y positiva percepción mundial de los procesos que Chile está viviendo, Imagen de Chile realizará las siguientes tareas:

- ✓ Informar, contextualizar, explicar y resaltar la trayectoria institucional y distinguir de otras experiencias el proceso constitucional chileno. Posicionarlo como un ejemplo y modelo de construcción de sociedad del siglo XXI que incluye a la ciudadanía, destacando a su vez sus atributos excepcionales como el tema paritario.
- ✓ Explicar el camino democrático adoptado por nuestro país, diferenciándolo de otras experiencias internacionales y regionales; remarcando el cumplimiento de la hoja de ruta pactada por todas las fuerzas políticas; anticipando escenarios y etapas del proceso, señalando



**TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES**  
Oficio: E206189/2022  
Fecha: 21/04/2022  
JORGE ANDRÉS BERMUDEZ SOTO  
Contralor General de la República

las garantías del camino chileno, que contribuyen a reducir la incertidumbre que estos procesos tradicionalmente tienen.

- ✓ Informar sobre el manejo de la pandemia, medidas sanitarias y económicas con que el país ha respondido para paliar sus efectos tanto en la salud como en el bienestar de la población. Dar a conocer y poner en valor los planes de apoyo y reactivación económica. Resaltar ámbitos y medidas en las que Chile vaya destacando.
- ✓ Destacar a través de gestión de prensa e información, aquellas temáticas que distinguen a Chile y contribuyen desde aquí a construir un futuro mejor para el mundo, cómo aporta a la comunidad internacional o se distingue en áreas que contribuyen a un mejor posicionamiento en rankings. En temas como la Antártica, astronomía, zonas marítimas protegidas, sustentabilidad, desarrollo de energías renovables, hidrógeno verde, minería verde, seguridad alimentaria, Medio Ambiente.
- ✓ Además, será un rol clave potenciar la gestión informativa internacional al servicio de la estrategia de largo plazo y del relato positivo dentro de la coyuntura. La nueva estrategia está en completa sintonía y coherencia con el contexto país actual y el proceso que Chile está viviendo. Pocas veces se revela a nivel global y de manera tan palpable cuando un país atraviesa un momento histórico transformador. Chile es un país joven, en transformación, creando su futuro por la vía institucional, de manera responsable. La imagen con que Chile se proyectará al mundo en los próximos 10 años, también deberá reflejarlo así.

(iii) **Darle continuidad a la estrategia Creating Future (pasar del conocimiento a la acción) con contenidos relevantes y de impacto para el país y los chilenos**

Este concepto es el fruto de un trabajo colaborativo, elaborado en junto con los distintos actores que promueven la imagen país y orientados al desempeño internacional de Chile, e implicó las siguientes **decisiones estratégicas**:

- ✓ Crear un propósito de marca país que permita distinguir a Chile en el contexto global, diferenciándose de la percepción uniformada que se ha construido en la región para desmarcarse y destacar. Definir el aporte que queremos ofrecer al mundo. El propósito es: **“Compartir nuestra creatividad y resiliencia -modelada por nuestra geografía- para construir, en forma responsable, un futuro mejor para todos.”**
- ✓ Definir un slogan que trace un camino común, que actualice y unifique el mensaje y le dé el mismo sentido a la comunicación que los distintos stakeholders deben realizar, bajo un propósito, slogan, relato y pilares, que se sintetizan en el mensaje **“Chile, creating future”**.
- ✓ Renovar el foco con que Chile se muestra al mundo: **por primera vez comenzamos a dibujar sobre el territorio que había sido históricamente nuestra estrategia de imagen país**. Así dentro de este paisaje aparecen los chilenos como protagonistas por encima de nuestro territorio, aportando a la construcción de un futuro mejor para todos, **como creadores y agentes de cambio**. Pasar del paisaje a las personas. Pasar de la geografía a la innovación. Pasar del crecimiento a la sustentabilidad. Pasar de lo que se recibe a lo que se aporta. Para esto, se definieron **tres pilares de marca**:
  - **Territorio:** diverso y extremo al fin del mundo; biodiversidad para cuidar y proteger; cielos claros y puros para observar el universo; naturaleza viva y abundante.
  - **Carácter:** Innovador; colaborativo; resiliente; con visión de futuro



**TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES**

Oficio: E206189/2022

Fecha: 21/04/2022

JORGE ANDRES BERMUDEZ SOTO

Contralor General de la República

- **Aporte:** Con contribución y mirada global; con compromiso con las generaciones futuras; con vocación de excelencia; compartiendo identidad y valores.
- ✓ Para el año 2022 se espera poder realizar acciones que vayan en línea de esta estrategia, identificando qué sectores pueden sentirse menos cercanos con la estrategia Creating Future y conectar el relato con sus propias necesidades.

### 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 Índice** -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. Tomando en cuenta las dimensiones y la importancia que se le otorga para definir sus resultados, los ejes de trabajo seguirán siendo los siguientes:

- ✓ Emprendimiento
- ✓ Calidad de Vida
- ✓ Ciudadanía

En adición a estos tres ejes, se incluye la **sustentabilidad de manera transversal** para todas las actividades.

Finalmente, y como continuación del plan de trabajo para el período anterior, se mantendrán las acciones de posicionamiento en los mercados priorizados definidos y evaluados con nuestros principales stakeholders, buscando potenciar y consolidar nuestra presencia en estos lugares de manera coordinada.

Se propone mantener la base de países priorizados hasta esta fecha, para tener capacidad de impactar en sus audiencias, a través de esfuerzos enfocados en sus principales ciudades, y para este período se incluirá adicionalmente Berlín. De esta forma, los **mercados priorizados serían: Londres, Madrid, Nueva York, Sao Paulo, Shanghái y Berlín**. 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 la agrupación de trabajo denominado ChileOne, mesa en donde hasta hoy participan las principales instituciones públicas que contribuyen al posicionamiento de la imagen país en el exterior, como SECOM, ProChile, InvestChile, Subsecretaría de Turismo y FICH, posiblemente ampliando este año la mesa a otras instituciones, abriendo la posibilidad de incluir algún nuevo mercado de ser necesario, si la evaluación en conjunto con nuestros stakeholders así lo requiere. Junto con lo anterior, y agregando al territorio nacional, los grupos específicos a alcanzar dentro de estos lugares serán los siguientes:

- ✓ Audiencias Internacionales: Cliente final en los Mercados Prioritarios.
- ✓ Tomadores de decisiones y líderes de opinión.



## II. PLAN DE TRABAJO 2022

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 (Marketing, Comunicaciones, Alianzas Estratégicas, Dirección Corporativa y Estudios y Administración), buscando 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 nuevo 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 inversiones, exportaciones, turismo y en general la preferencia del origen Chile y su reconocimiento en ámbitos como cultura, ciencia y deporte entre otros.

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

- a. Planificación y Producción de Campañas masivas, Eventos, Activaciones, 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 nuevo 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 poder aumentar la cantidad y calidad de empresas que se integren en el uso de la Marca País, sumándose al nuevo concepto de Chile: Creating Future, y construyendo caminos para poder permitir a las empresas e innovaciones chilenas, posicionar sus productos y/o



servicios en los mercados internacionales, resaltando lo mejor que nuestro país tiene para ofrecer. 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, eventualmente el Encuentro Imagen de Chile 2022-2023 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
- b. Alianzas Internacionales
- c. 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, la adaptación de la estrategia desarrollada para una implementación consistente y relevante para todas las instituciones que hacen uso de ella. Además, en este componente se incluye también, 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 tipo Chile Day 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 estrategia general "Chile: Creating Future" para mercados prioritarios y stakeholders; aumentar el alcance e impacto del ecosistema digital de la marca, entre otras. Este componente se descompone en 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, especialmente a través del Comité ChileOne. 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. 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

**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, para responder de buena forma al monitoreo de ACHS que



se desarrollará durante el periodo, 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 nuevas o en trámite y otros procesos legales que puedan tener impacto en el funcionamiento de FICH también forman parte de este componente, junto con 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
<b>Componente 1: Acciones de Posicionamiento y resguardo de reputación de la Marca Chile</b>	<b>\$ 969.614.369</b>	<b>01 de abril de 2022</b>	<b>31 de marzo de 2023</b>
(MK) Línea de trabajo 1: Planificación y Producción de Campañas masivas, Eventos, Activaciones, Medios.	\$ 769.614.369		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de racional creativo de campañas y contenidos de difusión y mantención del correcto funcionamiento del ecosistema digital.</li> <li>• Realización y difusión de campañas generales y temáticas.</li> <li>• Generación de estrategia y contenido audiovisual</li> <li>• Piezas gráficas, y material para campañas y actividades.</li> <li>• Recursos destinados a captar las audiencias.</li> <li>• Compra de espacios digitales, publicidad online y offline.</li> <li>• Esfuerzos trabajo prensa en los mercados.</li> <li>• Gestión comunicacional relacionada a campañas, viajes, etc.</li> </ul>		01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023
(COM) Línea de trabajo 2: Diplomacia pública, gestión de comunicaciones, prensa y opinión pública.	\$ 200.000.000		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esfuerzos en acceder a los principales portavoces de noticias alrededor del mundo.</li> <li>• Comunicación y amplificación de los hitos y contenidos relevantes de Chile y nuestros pilares de marca.</li> <li>• Gestión directa con los medios de comunicación internacional.</li> <li>• Agencias de PR para relacionamiento internacional</li> <li>• Planes de medios.</li> <li>• Producción de contenido audiovisual.</li> <li>• Monitoreo de comunicación.</li> <li>• Suscripciones y traducciones.</li> <li>• Encuentros virtuales con prensa internacional, paneles de conversación, viajes de prensa y otros.</li> </ul>		01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023



### TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES

Oficio: E206189/2022

Fecha: 21/04/2022

JORGE ANDRÉS BERMUDEZ SOTO

Contralor General de la República

--	--	--

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
<b>Componente 2: Estrategia de Coordinación Público/Privada</b>	<b>\$130.000.000</b>	<b>01 de abril de 2022</b>	<b>31 de marzo de 2023</b>
(AE) Línea de trabajo 3: Relacionamiento socios estratégicos.	\$ 70.000.000		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Esfuerzos y actividades de articulación del nuevo posicionamiento internacional con instituciones y personas relevantes para la imagen país.</li> <li>Lanzamientos para cada activación.</li> <li>Acciones y participación en instancias de relacionamiento, conferencias, eventos, etc.</li> <li>Jornadas de Chile ante mercados prioritarios, gestión de conferencias y/o encuentros relevantes.</li> <li>Talleres y webinars</li> </ul>	01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023	
(AE) Línea de trabajo 4: Alianzas Internacionales	\$ 6.000.000		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones y eventos de sociabilización y difusión.</li> <li>Realización de encuentros anuales en colaboración con socios estratégicos, conferencias y seminarios internacionales de place branding y gestión y/o participación en instancias relevantes.</li> </ul>	01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023	
(AE) Línea de trabajo 5: Programa Uso de Marca	\$ 54.000.000		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Acciones con el sector privado relacionadas al otorgamiento de una licencia para incorporar la marca país en soportes de promoción de un producto/servicio.</li> <li>Acciones para aumentar el número de miembros (licenciarios).</li> <li>Actualización y mantención de la plataforma online (CRM).</li> <li>Acciones que permitan la permanente vinculación con usuarios del Programa.</li> <li>Producción de material audiovisual para campañas y/o planes de medios para visibilizar a los usuarios del Programa, relacionados al propósito de marca.</li> <li>Realización de campañas con aporte privado.</li> </ul>	01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023	

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
<b>Componente 3: Estrategia y Capital de Marca</b>	<b>\$191.000.000</b>	<b>01 de abril de 2022</b>	<b>31 de marzo de 2023</b>
(MK) Línea de trabajo 6: Generación de contenidos propios y para apoyo a Stakeholders.	\$ 67.000.000		



**TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES**

Oficio: E206189/2022

Fecha: 21/04/2022

JORGE ANDRES BERMUDEZ SOTO

Contralor General de la República



(EST) Línea de trabajo 11: Estudios y Análisis de Tendencias	\$ 73.000.000	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios de medición conocimiento y valoración de la marca Chile (nacional e internacional); incluyendo compra de rankings de Marca País.</li> <li>Estudio de resultados de mediciones como paneles, encuestas, focus groups, etc.</li> <li>Realización de estudios longitudinales, para monitorear la percepción de Chile en distintas ciudades, previo y posterior a hitos claves.</li> <li>Medir indicadores periódicamente e identificar nuevos elementos relevantes para el desarrollo de estrategias de posicionamiento y planes de comunicación.</li> </ul>	01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023

Ítem:	Presupuesto Asignado	Fecha Inicio	Fecha Término
<b>Componente 5: Trabajo Interno y Gastos Administrativos</b>	<b>\$1.185.227.631</b>	<b>01 de abril de 2022</b>	<b>31 de marzo de 2023</b>
(ADM) Línea de trabajo 12: Administración y Finanzas	\$ 231.940.031		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener el funcionamiento institucional.</li> <li>Cumplimiento de normas laborales y regulaciones del convenio.</li> <li>Plataforma administrativa general.</li> </ul>	01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023	
(ADM) Línea de trabajo 13: Recursos Humanos	\$ 894.076.000		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprende el pago de Remuneraciones completas para el período que contempla el convenio.</li> </ul>	01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023	
(ADM) Línea de trabajo 14: Gastos Legales	\$ 59.211.600		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesoría legal referida a contratos, estatutos o temas vinculados a RRHH.</li> <li>Asesoría legal externa en relación con su propiedad intelectual, tributación internacional, derecho laboral, civil, administrativo, derecho informático, ley de transparencia, etc.</li> <li>Tramitación de proyectos asociados a donaciones culturales, posibles causas legales, levantamiento de recursos asociados a propiedad intelectual, beneficios tributarios, etc.</li> </ul>	01 de abril de 2022	31 de marzo de 2023	

### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L1: Obtener un alcance total financiado por FICH de al menos <b>60MM</b> de personas para el total de campañas realizadas en los mercados prioritarios. Se sumarán adicionalmente alcances de campañas organizadas en conjunto con stakeholders.</li> <li>- L1: Al menos <b>2</b> campañas articuladas con <b>1</b> o más stakeholders.</li> <li>- L2: Lograr <b>1.500</b> publicaciones en prensa internacional y <b>200</b> nacionales (escrito, radio, web, TV), enfocándonos en favorabilidad y medios de relevancia.</li> <li>- L2: Coordinar <b>15</b> reuniones de relacionamiento con medios de comunicación de relevancia, líderes de opinión y/o stakeholders.</li> </ul>	01 abril 2022	31 marzo 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L1: Informe de las plataformas digitales o de la agencia detallando el alcance de cada campaña</li> <li>- L1: Informe de las campañas realizadas</li> <li>- L2: Tabla informativa con publicaciones internacionales y nacionales. Resumen con reuniones acumuladas en el periodo.</li> <li>- L2: Informe con las fotografías de las reuniones de relacionamiento con los medios de comunicación</li> </ul>
C2: Estrategia de Coordinación Público/Privada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L3: Realización de al menos <b>4</b> actividades en colaboración con socios estratégicos que releven la Marca País.</li> <li>- L4: Realización de al menos <b>2</b> actividades en el extranjero en colaboración con socios estratégicos que releven la Marca País.</li> <li>- L5: <b>150</b> nuevos usuarios de la Marca Chile, donde al menos <b>75</b> sean empresas exportadoras y <b>5</b> con oficinas en uno o más mercados internacionales 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.</li> </ul>	01 abril 2022	31 marzo 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L3: Listado de actividades generadas y socio(s) estratégico(s) involucrado en cada una.</li> <li>- L4: Listado de actividades en el extranjero generadas y socio(s) estratégico(s) involucrado en cada una.</li> <li>- L5: Informe acumulado de usuarios nuevos generados durante el periodo,</li> </ul>



				detallando el tipo de empresa y su presencia internacional
C3: Estrategia y Capital de Marca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L6: Generación de al menos 300 piezas audiovisuales o fotográfica para el archivo y activo FICH con el objetivo de uso por los Stakeholders.</li> <li>- L7: Montaje de al menos 2 corpóreos de Chile en sitios de interés turístico a nivel nacional.</li> <li>- L8: 3.000 descargas realizadas en el Banco Audiovisual.</li> </ul>	01 abril 2022	31 marzo 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L6: Reporte y entrega de piezas creadas.</li> <li>- L7: Informe con registro fotográfico de los corpóreos montados.</li> <li>- L8: Reporte mensual de descargas realizadas en el sitio.</li> </ul>
C4: Estrategia Corporativa y Estudios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L9: Organización de al menos 3 actividades con la red de Chilen@s Creando Futuro.</li> <li>- L10: Realizar al menos 10 presentaciones de los estudios a stakeholder relevantes.</li> </ul>	01 abril 2022	31 marzo 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L9: Informe con el registro de las actividades realizadas</li> <li>- L10: Informe con registro fotográfico de las presentaciones realizadas a stakeholders</li> </ul>
C5: Trabajo Interno y Gastos Administrativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pago de remuneraciones, cotizaciones previsionales e impuestos dentro de los plazos establecidos.</li> <li>- Implementación de un plan de reducción de vacaciones pendientes.</li> </ul>	01 abril 2022	31 marzo 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detalle de remuneraciones, cotizaciones e impuestos pagados a tiempo.</li> <li>- Comparativo de vacaciones devengadas al inicio vs al final del período.</li> </ul>

**PROYECTO  
PROGRAMA DE TRABAJO  
IMAGEN DE CHILE 2022**

PROPONENTE:	FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE
AÑO CONVENIO:	2022

**PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO IMAGEN DE CHILE 2022**



Componente	Presupuesto Total (\$)
1. Acciones de Posicionamiento y resguardo de reputación de la Marca Chile	\$ 969.614.369
2. Estrategia de Coordinación Público/Privada	\$130.000.000
3. Estrategia y Capital de Marca	\$191.000.000
4. Estrategia Corporativa y Estudios	\$183.000.000
5. Trabajo interno y gastos administrativos	\$1.185.227.631
<b>Total Proyecto</b>	<b>\$2.658.842.000</b>

JORGE  
EDUARDO  
ORYAN SCHUTZ

Firmado digitalmente  
por JORGE EDUARDO  
ORYAN SCHUTZ  
Fecha: 2022.03.03  
18:41:50 -03'00'

**JORGE O'RYAN SCHÜTZ**  
Director General  
Dirección General de Promoción de  
Exportaciones

Firmado con firma electrónica  
avanzada por  
CONSTANZA CEA SANCHEZ  
Fecha: 2022.03.03 17:54:35 -0300

**CONSTANZA CEA SANCHEZ**  
Directora Ejecutiva  
Fundación Imagen de Chile

**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 2022.

**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 íntegra 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**

  
**JORGE O'RYAN SCHUTZ**  
**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 de Finanzas.
- 5.- Oficina de Partes.



**TOMADO DE RAZÓN CON ALCANCES**  
Oficio: E206189/2022  
Fecha: 21/04/2022  
JORGE ANDRÉS BERMUDEZ SOTO  
Contralor General de la República