

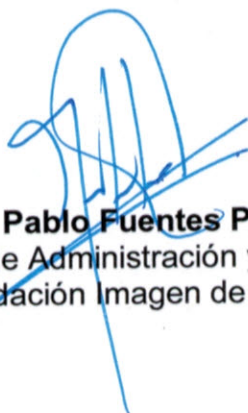
Carta N° 409/2012
Santiago, Agosto 31 de 2012

**Señor
Matías Mori A.
Vicepresidente Ejecutivo
Comité de Inversiones Extranjeras
PRESENTE**

Estimado Sr. Mori:

Adjunto a la presente, sírvase encontrar 2 ejemplares **del "Plan Colaborativo Anual 2012"** el que ya cuenta con la firma de nuestro Director Ejecutivo, Sr. Blas Tomic, por lo que deberá ser firmado por ustedes, quedando una copia en vuestro poder y la otra copia, deberá ser devuelta a nuestras oficinas.

Saludos cordiales,



Pablo Fuentes P.
Director de Administración y Finanzas
Fundación Imagen de Chile

PFP/jim
Adj. Lo citado.
CC. Archivo.

ASUNTO: PLAN COLABORATIVO ANUAL 2012
(CO-BRANDING) FICH – COMITÉ DE INVERSIONES
EXTRANJERAS

SOCIO ESTRATÉGICO: COMITÉ DE INVERSIONES EXTRANJERAS

FECHA: 1-08-2012

RESPONSABLE FICH: DIRECCIÓN CREATIVA Y DE PROYECTOS

**RESPONSABLE COMITÉ
INVERSIONES
EXTRANJERAS:** ANNE THIBAUT

CONSIDERANDO

Que el Comité de Inversiones Extranjeras (CIE) es el organismo que representa al Estado de Chile en sus tratos con los inversionistas extranjeros y apoya el posicionamiento de Chile como plaza de alto atractivo para la inversión extranjera y los negocios internacionales actuando en materias relacionadas con la administración y difusión de la normativa legal pertinente, el desarrollo de actividades de promoción de diversa índole y la elaboración de información relevante en materia de inversión extranjera, para inversionistas extranjeros y potenciales inversionistas.

El Comité de Inversiones Extranjeras define las siguientes acciones dentro de su quehacer:

- Desarrollar todo tipo de iniciativas cuyo objeto sea informar, promocionar, coordinar y ejecutar acciones tendientes a incentivar el ingreso de Inversión Extranjera Directa (IED) al país.
- Proveer información general acerca de Chile, su ambiente económico y social, su marco legal y sus políticas en materia de inversión extranjera, brindando información específica sobre cómo iniciar un negocio, así como los procedimientos y regulaciones a los que todo inversionista debe adherirse para ingresar IED al país.
- Velar por la correcta aplicación del Estatuto de la Inversión Extranjera (D.L. 600) con el objeto de resguardar los derechos del Estado, como de los inversionistas



MMA

extranjeros, mediante la difusión de su contenido y la administración de los procedimientos jurídicos vinculado a éste: análisis de solicitudes, celebración de contratos, autorización de remesas.

- Publicar un registro estadístico actualizado y fidedigno de la inversión extranjera acogida al Estatuto de la Inversión Extranjera, mediante la sistematización de la información referida a los contratos como a los flujos de capital que se efectúan con cargo a éstos, con el propósito de resguardar los intereses de los inversionistas como asimismo elaborar informes estadísticos de uso público.
- Publicar periódicamente reportes acerca del clima de negocios en Chile y las oportunidades concretas de inversión en proyectos tanto públicos como privados y coordinar reuniones de negocios, conferencias y seminarios.
- Coordinar la defensa y representación de la República de Chile ante los tribunales arbitrales en los cuales es demandada por inversionistas extranjeros, a través del Programa de Defensa en Arbitrajes de Inversión Extranjera.

Que la Fundación Imagen de Chile, en adelante "La Fundación", tiene por objeto impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la identidad de Chile en el exterior, contribuyendo a mejorar la competitividad internacional del país.

En su accionar, la Fundación Imagen de Chile ha priorizado ciertos ejes de trabajo, entre ellos:

- a) Reforzar el monitoreo de la reputación de Chile en el exterior y agregar valor para los principales constructores de la imagen de Chile.
- b) Una participación más activa de la Fundación a través de campañas o intervenciones con acciones simbólicas que visibilicen a Chile, asociado a atributos positivos y que sean de interés de las comunidades internacionales.
- c) Un trabajo colaborativo (*co-branding*) con socios estratégicos o constructores de la Imagen de Chile con el fin de potenciar los esfuerzos y maximizar los impactos.
- d) Reforzar el trabajo de difusión interna con el fin de sensibilizar a todos los actores de la sociedad civil sobre la importancia de la reputación de Chile en los mercados internacionales.

Acorde a lo anterior, que en virtud de la complementariedad de funciones, el Comité de Inversiones Extranjeras y la Fundación establecen la voluntad de trabajar colaborativamente con el fin de potenciar los esfuerzos de posicionar a Chile en exterior.

9

MMA

I. OBJETO DEL PLAN ANUAL

El siguiente plan anual considera los compromisos adquiridos por Fundación y el Comité de Inversiones Extranjeras, mediante un “**Plan Colaborativo Anual 2012 – Co-branding**” respecto al objetivo de alinear, consensuar y potenciar las acciones de posicionamiento de Chile en el mundo.

El resultado final de este plan es coordinar y aumentar el impacto de las acciones de posicionamiento de Chile en el exterior a partir de un relato y marco conceptual consensuado para la promoción de nuestro país. Esto último se sostiene bajo el concepto estratégico **Chile Hace Bien**.

A continuación se presentan los acuerdos comprometidos de cada institución, asociados con el cumplimiento de este plan.

II. ACUERDOS

Compromisos FICH

ACTIVIDADES DE COLABORACIÓN	ESPECIFICACIONES	RESPONSABLE FICH	FECHA
1. Estudios y Monitoreo de la Imagen de Chile			
Capacitación sobre la imagen de Chile en el mundo: Indicadores de posicionamiento global de la imagen de Chile; Estudios temáticos de percepción de la imagen del país; y monitoreo periódico de la presencia de Chile en los medios de comunicación internacionales y redes sociales.	Una vez al año se desarrollará una presentación que integra los resultados de los diversos indicadores y estudios que realiza anualmente la Fundación haciendo énfasis en la imagen de Chile como país atractivo para invertir. Asimismo, se incluye la presentación del <i>Chile Monitor</i> , herramienta que da cuenta de la cobertura que hacen 77 medios extranjeros a nuestro país. Se medirán en particular las publicaciones relativas a temas económicos y a la inversión extranjera en Chile, y se entregará al CIE un informe de resultados genérico.	Estudios y Comunicaciones	Fin de año

MMA

g

<p>Desarrollo de 3, estudios que tienen como objetivo evaluar la imagen de Chile en países relevantes.</p> <p>Se realizará una presentación de resultados que de cuenta de la imagen de Chile en estos mercados con foco en Chile como país atractivo para invertir.</p>	<p>Se consideran estudios de imagen de Chile en: Estados Unidos, Canadá y China. Se requerirá una reunión de kick off para poner en común el diseño de los estudios e información útil a considerar en estos.</p>	Estudios	Septiembre 2012 – Enero 2013
Estudio Inversionistas en Chile	<p>Se desarrollará un estudio de carácter exploratorio-cualitativo que evalúa a Chile como destino de inversión en actuales inversionistas extranjeros en Chile. Se discutirá y acordará con CIE los parámetros del estudio en una reunión de kick off del proyecto donde deben participar aquellos que utilizarán la información.</p> <p>Se realizará una presentación de resultados con foco en la detección de problemas y oportunidades.</p>	Estudios	3er cuatrimestre 2012. Presentación Enero 2013
Asesoría específica en estudios	<p>Apoyo técnico en el diseño de instrumentos de medición para levantar opinión de socios estratégicos CIE (estudio Línea Base Anual CIE) y análisis de resultados. Entrega de un informe de conclusiones.</p>	Estudios	Ad hoc
2. Plataforma Digital			
<p>Poner a disposición plataformas digitales para la promoción de actividades y/o acciones que se estime conveniente difundir.</p>	<p>Las plataformas con las que cuenta la Fundación y que pone a disposición del CIE son:</p> <p>a. Portal oficial thisisChile.cl, que constituye el mayor compendio de información relevante sobre el país. Disponible en español, inglés, chino y portugués.</p> <p>b. Canal Youtube, el cual es exclusivo y cuenta con todo el material audiovisual desarrollado</p>	Comunicaciones	Anual

MMA

4

	<p>por la Fundación.</p> <p>c. Redes Sociales: Facebook (Amigos de Chile y This is Chile) y Twitter (@amigosdeChile y @thisisChile), es español e inglés.</p>		
Asesoría Digital	Se conversó a principios de año un apoyo cuando comiencen con su trabajo digital.	Comunicaciones	Ad hoc
3. Servicios generales			
Asesorías especializadas para campañas/actividades/acciones de alta visibilidad de la imagen de Chile en el exterior	<p>Acompañar al CIE, a través de profesionales especializados en el desarrollo conceptual de los mensajes a transmitir en la promoción país en aquellas actividades de alta visibilidad.</p> <p>Esto tiene que ver con traducir eficazmente el concepto estratégico Chile Hace Bien en todas las acciones de trascendencia en el exterior.</p> <p>Cabe destacar que en el exterior, el CIE es representado por Prochile y por tanto la promoción de la imagen Chile en el extranjero depende más de los esfuerzos de Prochile que del CIE.</p>	Proyectos	Anual
Capacitación sobre Marco Conceptual de la marca Chile	Desarrollo de <i>Workshop</i> que busca informar y capacitar a los "constructores de imagen" respecto al Manual de Marca Conceptual. Este último tiene como objetivo alinear y contar con un relato único del de la marca Chile bajo el concepto ya definido: Chile Hace Bien .	Proyectos	Octubre - Noviembre 2012
Apoyo y gestión de prensa internacional	Acciones que buscan apoyar la gestión de prensa con medios de comunicación y corresponsales internacionales. Esto puede ser de utilidad para los Departamento de Prensa y Marketing, con el fin de viralizar sus mensajes y actividades de mayor interés para el CIE.	Comunicaciones	Ad hoc
Acceso libre al Banco de Fotos de la Fundación.	Se dispondrá de acceso liberado a un banco de fotografías que	Comunicaciones	Anual

MMA

9

	abarcen diversas temáticas como son: Exportaciones, Inversiones Extranjeras, Medio Ambiente, Ciencia y Tecnología, Turismo, Gente, entre otros.		
4. Elementos promocionales de Chile en el exterior			
Entrega de regalos corporativos para 5 eventos priorizados por el CIE	<p>La Fundación pondrá a disposición regalos corporativos en torno a las siguientes categorías:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masivos Nacionales (mouse pads, Bolsas de Género, Marcadores de libros) 2. Masivos Extranjeros (mouse pads, bolsas de género, marcadores y lápices) 3. Exclusivos nacionales (tacos, flipbooks, cuadernos, carpetas) 4. Exclusivos internacionales (cajas "Chile Hace Bien", flipbooks) 5. VIP (por definir) <p>Estos regalos serán entregados para los siguientes 5 eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evento 29 noviembre en Puerto Varas. - China Fair Beijing en noviembre - Viaje a Rusia noviembre - Cumbre de los presidentes en enero. - Otro evento a definir 	Proyectos	De acuerdo a eventos definidos
Proveer de un banco Audiovisual genérico o sectorial.	Entregar material audiovisual que pueda ser utilizado con fines de promoción en instancias que la institución estime pertinente. En la actualidad se cuenta con 55 secuencias audiovisuales aproximadamente en torno a diferentes temáticas como: productos, naturaleza, producción industrial, cultura, ciencia, educación, institucionalidad, comercio y deporte, entre otros.	Proyectos	De acuerdo a eventos definidos
Proveer de material promocional de Chile.	<u>Libro de Chile</u> Entrega de 20 unidades de libro de lujo sobre nuestro país a partir de las siguientes temáticas: Gobernabilidad, Gente, Exportaciones, Inversión	Proyectos	Sep. 2012

MMA

g

	<p>Extranjera, Ciencia, Tecnología e Innovación, Medio Ambiente y Cultura. Todas relatan, desde su foco particular que Chile Hace Bien.</p> <p><u>Video Chile Hace Bien</u> Proveer de 5 piezas audiovisuales relacionadas con el concepto estratégico Chile Hace Bien. Comprenderán un (1) armado general (o armado madre) con una duración de 3 a 5 minutos. Tres (3) armados modulares que estarán relacionados con las áreas de Negocios, Turismo y Actualidad. Una (1) reducción del armado general (o madre) que tendrá una duración de 30 segundos a 1 minuto.</p> <p><u>Presentación "Chile"</u> Poner a disposición de Oficinas Comerciales/Regionales una presentación modular y de autoconsulta que presente Chile en torno a las siguientes temáticas: Gobernabilidad, Exportaciones, Inversión Extranjera, Ciencia, Tecnología e Innovación, Medio Ambiente y Cultura y Deportes.</p>		
5. Red ChileGlobal			
<p>Colaboración y Asesoría de la Red ChileGlobal en actividades/acciones en países donde ChileGlobal tenga presencia.</p>	<p>ChileGlobal, red de chilenos destacados en el mundo - desde empresarios y profesionales hasta amigos de Chile residentes en el extranjero-, pone a disposición de CIE su asesoría para reclutar actores de relevancia para actividades/acciones a definir, en los países donde la red tenga presencia.</p>	<p>ChileGlobal</p>	<p>Ad hoc</p>
<p>Plataforma digital de ChileGlobal</p>	<p>Dentro del sitio privado de ChileGlobal se ofrecerá la posibilidad de difundir las carteras de proyectos de inversión del CIE para los empresarios que componen la red.</p>	<p>ChileGlobal</p>	<p>2013</p>

MMA

g

Compromisos COMITÉ DE INVERSIONES EXTRANJERAS (Propuesta)

ACTIVIDADES DE COLABORACIÓN	ESPECIFICACIONES	RESPONSABLE	FECHA
Proveer de información sobre oportunidades de inversión en Chile	Proveer de una cartera actualizada de proyectos concretos que se puedan publicar en el sitio privado de Chile Global para su difusión entre inversionistas extranjeros en el exterior.	Anne Thibault	Mensual
Proveer de noticias relevantes sobre la IED en Chile y el CIE	Envío a la FICH las publicaciones de noticias, columnas, boletines y sobre las actividades del CIE y la inversión extranjera en Chile para su difusión en las plataformas digitales de la FICH	Anne Thibault	Según publicación de información relevante
Proveer de información sectorial	Entrega a la FICH todos los brochures sectoriales del CIE para su difusión en las plataformas digitales de la FICH. Se trabajará en coordinación con Área de Comunicaciones y se definirá periodicidad de entrega.	Anne Thibault	2012
Asesorar a la FICH sobre los argumentos que hacen de Chile un país atractivo para invertir	Capacitación del equipo de la FICH sobre los argumentos que hacen de Chile un país atractivo para invertir, en base a la narrativa del libro "Chile País de Oportunidades"	Anne Thibault	Octubre 2012
Apoyar en la difusión de la imagen de Chile bajo el concepto "Chile Hace Bien" entre los inversionistas	Entrega del material de promoción de la Fundación Imagen de Chile en sus reuniones con inversionistas extranjeros y viajes en el extranjero	Anne Thibault	Según programación de reuniones y/o eventos

PROMOCIÓN Y AVISAJE - "CHILE HACE BIEN"

El Comité de Inversiones Extranjeras y FICH, de ahora en adelante, acuerdan que deberán promover Chile en consecuencia con el paraguas estratégico **Chile Hace Bien**.

Ver anexo.

9

MMD

TERMINOS DEL PLAN ANUAL DE COLABORACIÓN (CO-BRANDING)

Este "Plan Anual" será efectivo hasta el 31 de diciembre de 2012, teniendo una duración de seis meses desde la firma. Las partes (CIE y la Fundación) acuerdan negociar, en caso de solicitarlo, una renovación de este acuerdo, pudiendo incorporar y/o modificar los compromisos de cada una de las organizaciones.


Firman para acordar este "Plan Anual de Colaboración (Co-Branding) los "responsables" de cada una de las partes:



Matías Mori Arellano
Vicepresidente Ejecutivo
Comité de Inversiones Extranjeras



Blas Tomic Errázuriz
Director Ejecutivo
Fundación Imagen de Chile



Anexo

Concepto Estratégico de Promoción de Chile al exterior

Chile Hace Bien

Este concepto es el eje estratégico del posicionamiento internacional de Chile. No es un eslogan, es una expresión que refleja lo que han arrojado diversos estudios de percepción sobre Chile realizados en distintos países del mundo, y que dan cuenta de cómo nos ven quienes nos conocen.

Se puede decir que aún falta para que Chile sea el país que todos anhelamos. Es cierto; como todos los países, el nuestro es una realidad dinámica, en transformación constante. Tiene fortalezas y éxitos innegables que nos han permitido asomarnos al desarrollo, pero también tiene tareas y desafíos pendientes, aspiraciones y sueños no cumplidos por los cuales hay mucho que trabajar. Este país es un país de verdad. Por eso, Chile Hace Bien expresa en primer lugar el esfuerzo de todos los chilenos que ponen el hombro diariamente para que sigamos avanzando como nación.

Chile Hace Bien es un reconocimiento a las bondades de nuestra geografía singular, excepcionalmente bella y variada.

Chile Hace Bien desde su tierra y su mar: por sus enormes reservas de minerales; por sus frutas y sus vinos premium; por sus pescados y mariscos; por su territorio virgen, los fiordos del sur, la selva fría, el desierto más seco del mundo, sus termas, sus montañas nevadas.

Chile Hace Bien desde su cultura: por sus pueblos originarios, sus poetas, sus escritores, sus pintores, sus actores, sus cineastas, sus artistas.

Chile Hace Bien por su sólida institucionalidad, su seguridad jurídica, su estado de derecho, sus buenas prácticas productivas y comerciales, el nivel y capacidad de sus profesionales.

Chile Hace Bien. Eso es lo que sentimos los chilenos cada vez que pisamos tierra extranjera. Y eso es lo que queremos que sientan los extranjeros cada vez que pisan tierra chilena.



MMA