

Resolución Exenta N° 5

Santiago, 17 de enero de 2024

VISTOS:

Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en el Decreto con Fuerza de Ley N° 29, de 2004, del Ministerio de Hacienda, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.834, sobre Estatuto Administrativo; en la Ley N° 20.848, que establece marco para la inversión extranjera directa en Chile y crea la institucionalidad respectiva; en el Título VI de la Ley N° 19.882, que regula la nueva política de personal a los funcionarios públicos; en el Decreto Supremo N° 1.580, de 2006, del Ministerio de Hacienda, que aprueba el Reglamento que regula la formulación y funcionamiento de los convenios de desempeño para los Altos Directivos Públicos; en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1, de 2015, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que fija planta de personal y fecha de iniciación de actividades de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera; en la Resolución Exenta N° 186, de 30 de junio de 2023, de este origen, que actualiza la organización interna de la Agencia de promoción de la inversión extranjera y funciones de sus divisiones y deja sin efecto resolución exenta que indica; el decreto N° 49, de 2022, que nombra a Karla Flores Mardones en el cargo de Directora de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera; en la Resolución Exenta RA 121512/41/2017 que nombra en cargo de alta dirección pública, 2° nivel jerárquico a don Sebastián Villela Salinas como Jefe de División Comunicaciones y Marketing de esta agencia; en la Resolución Exenta N° 267, de noviembre de 2020, que Aprueba Convenio de Desempeño de Alto Directivo Público de don Sebastián Villela Salinas; y antecedentes que se acompañan.

CONSIDERANDO:

1. Que, don Sebastián Villela Salinas ha sido designado como Jefe de la División de Comunicaciones y Marketing, directivo de segundo nivel jerárquico, afecto al sistema de Alta Dirección Pública, nombramiento que se materializó mediante la Resolución TRA N° 121512/41/2017, de este origen;

2. Que, el artículo sexagésimo primero de la Ley N° 19.882 dispone que, en el caso de los directivos de segundo nivel jerárquico, los jefes superiores de servicio propondrán y suscribirán un convenio de desempeño con el alto directivo designado, el que deberá considerar el respectivo perfil de cargo;

3. Que, el convenio propuesto debe incluir las metas anuales estratégicas de desempeño del cargo durante el periodo y los objetivos de resultados a alcanzar en el área de responsabilidad del directivo en cada año, con los correspondientes indicadores, medios de verificación y supuestos básicos en que se basa el cumplimiento de los mismos, los que deberán ser coherentes con los determinados para el servicio de conformidad con sus sistemas de planificación, presupuestos y programas de mejoramiento de la gestión; y

4. Que, al respecto, es necesario aprobar dicho convenio mediante la dictación del acto administrativo correspondiente;

RESUELVO:

PRIMERO: APRUÉBASE el Convenio de Desempeño correspondiente al cargo de "Jefe/a de la División de Comunicaciones y Marketing", Directivo, II Nivel Jerárquico, afecto al Sistema de Alta Dirección Pública, suscrito entre doña Karla Flores Mardones, Directora de InvestChile, y don Sebastián Villela Salinas, Jefe de la División de Comunicaciones y Marketing, que se transcribe a continuación:

"Objetivo 1: Contribuir al posicionamiento de la agencia como ente facilitador de inversiones

Ponderación año 1: 20%

Ponderación año 2: 20%

Ponderación año 3: 20%

Nombre del Indicador					
Porcentaje de ejecución del plan de posicionamiento de la agencia					
Fórmula de Cálculo					
$(N^{\circ} \text{ de actividades ejecutadas del plan de posicionamiento hasta el año } t) / (N^{\circ} \text{ de actividades programadas del plan de posicionamiento para todo el período de gestión}) * 100$					
año 1		año 2		año 3	
Meta	Ponderador	Meta	Ponderador	Meta	Ponderador
30%	20%	60%	20%	100%	20%
Medios de Verificación					
1) Plan de posicionamiento de la agencia que contenga las actividades para todo el período de gestión, enviado a la Directora a más tardar el 31/3/24 2) Reportes trimestrales que den cuenta del estado de avance de cada acción 2) Informe que dé cuenta de la ejecución de actividades del plan, hasta el año t, enviado a la Directora a más tardar 30 días después de finalizado cada año de gestión.					
Supuestos					
1. Que no se produzcan reducciones, debido a causas externas al servicio, en el presupuesto de los ítems correspondientes 2. Que no ocurran catástrofes naturales o situaciones fortuitas o de fuerza mayor que afecten el normal funcionamiento del servicio 3. Que no se presenten cambios en los énfasis gubernamentales y/o ministeriales que afecten la planificación del servicio.					
Nota del indicador					
El plan de posicionamiento de la agencia busca instalar a InvestChile como la institución facilitadora de inversiones en el país. Para ello se focalizarán las acciones en tres objetivos: regiones, oficinas en el exterior y empresas aftercare que no son clientes actuales de la agencia. El plan podría contener acciones asociadas a 1) desarrollo del relato y contenidos, 2) gestión de comunicaciones externas, 3) diseño, medición y monitoreo de KPI's, 4) elaboración y difusión de publicaciones, 5) diseño y realización de eventos y 6) evaluación del plan. 7) otras El plan podrá ser actualizado anualmente, con la debida comunicación a la directora al menos en el mes de noviembre/24 y noviembre/25. La elaboración del plan y sus respectivas actualizaciones deben ser trabajadas colaborativamente con las unidades pertinentes.					

Objetivo 2: Implementar el Programa de Liderazgo Colaborativo de la agencia en la División de Comunicaciones y Marketing

Ponderación año 1: 25%

Ponderación año 2: 25%

Ponderación año 3: 25%

Nombre del Indicador	
Obtención de la certificación anual asociada al programa de Liderazgo Colaborativo de agencia	
Fórmula de Cálculo	
Certificación anual obtenida = 100% Certificación anual no obtenida = 0%	

año 1		año 2		año 3	
Meta	Ponderador	Meta	Ponderador	Meta	Ponderador
100%	25%	100%	25%	100%	25%
Medios de Verificación					
1) Certificación anual de parte de la profesional a cargo de la implementación del programa de Liderazgo Colaborativo en InvestChile, cuando corresponda					
Supuestos					
1. Que no ocurran catástrofes naturales o situaciones fortuitas o de fuerza mayor que afecten el normal funcionamiento del servicio					
Nota del indicador					
El programa de liderazgo colaborativo tiene por objetivo desarrollar habilidades y competencias directivas en relación con gestión de Influencia, flexibilidad, retroalimentación, toma de decisiones, estrategia, trabajo de equipos, gestión de los compromisos entre otros. Desde una mirada ontológica, es decir, propiciando el autoconocimiento desde un enfoque conceptual compartido. Al final del programa los participantes habrán adquirido conocimientos y prácticas de liderazgo colaborativo e integrador para potenciar las capacidades de su equipo, generado vínculos de confianza entre las áreas, y desarrollado habilidades para abordar los conflictos constructivamente. Anualmente, la profesional a cargo del programa validará a través de una certificación que el directivo ha participado activamente de las actividades programadas y ha obtenido los niveles esperados respecto al desarrollo de habilidades y competencias. El programa de liderazgo colaborativo considera acciones relacionadas a la gestión y desarrollo de personas del respectivo equipo de trabajo, cuya responsabilidad recae en el alto directivo.					

Objetivo 3: Fortalecer la institucionalidad y capacidades de InvestChile para dar cumplimiento a su misión como la agencia del Estado de Chile mandatada a implementar la Estrategia Nacional de Fomento y Promoción de la Inversión Extranjera Directa (IED).

Ponderación año 1: 20%

Ponderación año 2: 20%

Ponderación año 3: 20%

Nombre del Indicador					
Porcentaje de instalación del modelo de fomento y promoción de inversiones estratégicas, de acuerdo con las acciones de responsabilidad de la división de comunicaciones y Marketing					
Fórmula de Cálculo					
$(N^{\circ} \text{ de acciones, de responsabilidad de la división, ejecutadas del plan para la instalación del modelo de fomento y promoción de inversiones estratégicas} / N^{\circ} \text{ de acciones, de responsabilidad de la división, programadas del plan para la instalación del modelo de fomento y promoción de inversiones estratégicas para el periodo de gestión}) * 100.$					
año 1		año 2		año 3	
Meta	Ponderador	Meta	Ponderador	Meta	Ponderador
20%	20%	50%	20%	100%	20%
Medios de Verificación					
1. Reportes trimestrales que den cuenta del estado de avance de cada acción 2. Informe que dé cuenta de la ejecución de acciones de responsabilidad de la División de Comunicaciones y Marketing, enviado a la Directora a más tardar 30 días después de finalizado el año de gestión.					
Supuestos					
1. Que no se produzcan reducciones, debido a causas externas al servicio, en el presupuesto de los ítems correspondientes 2. Que no ocurran catástrofes naturales o situaciones fortuitas o de fuerza mayor que afecten el normal funcionamiento del servicio 3. Que no se presenten cambios en los énfasis gubernamentales y/o ministeriales que afecten la planificación del servicio					
Nota del indicador					
El nuevo modelo de operación para el fomento y promoción de inversiones tiene por objetivo transformar la cadena de valor de la Agencia, integrando capacidades a nivel regional e internacional, focalizando una búsqueda proactiva y eficiente de proyectos de inversión que respondan a los objetivos país de desarrollo económico y criterios de					

desarrollo sostenible (ODS). En la definición de este modelo deberá participar activamente el alto directivo. Para ejecutar la implementación del modelo se considera la generación de un plan de instalación que incluya tanto las acciones relacionadas para la aplicación del modelo de fomento y promoción de inversiones en regiones pilotos y para la apertura de representaciones en el exterior a nivel internacional. Para efectos de este indicador se deben considerar todas aquellas acciones de responsabilidad de la División de Comunicaciones y Marketing tanto en el plan asociado a la red internacional como a regiones. Igualmente, las actualizaciones de dichos planes deben ser consideradas en las ejecuciones de las acciones asociadas a este indicador. Las acciones deben tener asociados plazos de ejecución y medios de verificación a entregar.

Objetivo 4: Mejorar la efectividad y/o eficiencia del plan de Marketing Digital

Ponderación año 1: 25%

Ponderación año 2: 25%

Ponderación año 3: 25%

Nombre del Indicador					
Porcentaje promedio de logro de metas asociadas a los indicadores establecidos para mejorar la efectividad del Plan de Marketing Digital, para cada año de gestión.					
Fórmula de Cálculo					
sumatoria (% de logro de metas asociadas a los indicadores establecidos para mejorar la efectividad y/o eficiencia del Plan de Marketing Digital en el año t) / 3					
año 1		año 2		año 3	
Meta	Ponderador	Meta	Ponderador	Meta	Ponderador
90%	25%	90%	25%	90%	25%
Medios de Verificación					
1) Documento que contenga los 3 indicadores y metas comprometidas para el año t, asociadas a los indicadores establecidos para mejorar la efectividad y/o eficiencia del plan de Marketing Digital, enviado al Director a más tardar el 31/3/2024, 31/3/2025 y 31/3/2026. 2) Reportes trimestrales que den cuenta del avance en el cumplimiento de cada indicador/meta 2) Informe que dé cuenta del cumplimiento de las metas comprometidas, enviado al Director a más tardar 30 días después de finalizar cada año de gestión					
Supuestos					
1. Que no se produzcan reducciones, debido a causas externas al servicio, en el presupuesto de los ítems correspondientes 2. Que no ocurran catástrofes naturales o situaciones fortuitas o de fuerza mayor que afecten el normal funcionamiento del servicio 3. Que no se presenten cambios en los énfasis gubernamentales y/o ministeriales que afecten la planificación del servicio					
Nota del indicador					
El indicador contribuirá a mejorar la efectividad y/o eficiencia del plan de Marketing Digital. Se deben seleccionar los 3 indicadores más relevantes que miden la mejora de la efectividad y/o eficiencia del plan de marketing digital y para los cuales se deben establecer las metas del primer año de gestión, los que pueden ser, por ejemplo: 1) Efectividad de campañas digitales respecto a perfil meta 2) Porcentaje de LEAD PLUS convertido en Proyecto de Inversión 3) Porcentaje de conversión de contactos de LEAD en LEAD PLUS No obstante ello, se debe incorporar obligatoriamente, si corresponde, el o los indicadores asociados a marketing digital que sean parte de los indicadores que dan pie a las metas de nivel de proceso y resultado comprometidas en el convenio de desempeño del Director. El logro de 100% de una determinada meta se alcanza cuando la meta es cumplida o sobrecumplida.					

Objetivo 5: Contribuir a la transversalización de género desde el ámbito de acción de la división de comunicaciones y Marketing

Ponderación año 1: 10%

Ponderación año 2: 10%

Ponderación año 3: 10%

Nombre del Indicador	
Porcentaje de cumplimiento de las acciones comprometidas en el programa de género de la agencia, que son de responsabilidad de la división de comunicaciones y marketing	
Fórmula de Cálculo	

(Número de acciones cumplidas del programa de género de responsabilidad de la división en el año t/Número de acciones comprometidas del programa de género de responsabilidad de la división en el año t)*100					
año 1		año 2		año 3	
Meta	Ponderador	Meta	Ponderador	Meta	Ponderador
100%	10%	100%	10%	100%	10%
Medios de Verificación					
1) Reporte de implementación de acciones con fecha de cumplimiento durante el año de gestión, que incluya el respectivo informe de evaluación de la red de expertas, enviado a la directora 30 días después de finalizado el año de gestión 2) Reporte de avance de acción con fecha de cumplimiento durante el año t+1, enviado a la directora 30 días después de finalizado el año de gestión					
Supuestos					
1. Que no ocurran catástrofes naturales o situaciones fortuitas o de fuerza mayor que afecten el normal funcionamiento del servicio					
Nota del indicador					
Las medidas sobre las que se debe dar cuenta son aquellas comprometidas en el Programa de género de la institución y que a la vez son evaluadas como parte del Programa de Mejoramiento de gestión. Se entenderá por cumplida aquella acción que cuente con informe favorable de la red de expertas PMG de género. Las acciones consideradas en la fórmula de cálculo serán aquellas cuyos plazos de ejecución se cumplieron durante el año de gestión respectivo.					

Firman:

- Karla Flores Mardones, Directora de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera.
- Sebastián Vilella Salinas, Jefe de la División de Comunicaciones y Marketing, Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera."

SEGUNDO: DÉJESE CONSTANCIA que conforme con lo dispuesto en el artículo sexagésimo primero de la Ley N° 19.882, el presente convenio tendrá una duración hasta cumplir los tres años desde su renovación de nombramiento.

ANÓTESE, NOTIFÍQUESE y REMÍTASE copia del referido Convenio y de la presente resolución a la Dirección Nacional del Servicio Civil




KARLA FLORES MARDONES
DIRECTORA

Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

