

Chile

M E M O R I A

2 0 2 2

I M A G E N D E C H I L E





TABLA DE CONTENIDOS

01.

**Mensaje directora ejecutiva
de Imagen de Chile,**
Rossana Dresdner.

02.

**Mensaje ministro de
Relaciones Exteriores,**
Alberto van Klaveren.

03.

¿Quiénes somos?
3.1. Imagen de Chile.
3.2. Principios y valores.
3.3. Directorio.
3.4. Nuestro equipo.

04.

**La estrategia de
la Marca Chile**

4.1. Pilares de la Marca Chile.

05.

**Impacto en audiencias
internacionales**

5.1. Estrategia digital de
la Marca Chile.
5.2. Documental
5.3. Campañas internacionales.
5.4. Gestión de prensa
internacional.
5.5. Participación en eventos
de alta visibilidad

06.

**Fortalecimiento interno
de la Marca Chile**

6.1. Encuentro y premios FICH.
6.2. Líneas de fortalecimiento
y Alianzas Estratégicas.
6.3. Programa de Uso
de Marca Chile.
6.4. Posicionamiento
institucional.

07.

Estudios de percepción

08.

Estados Financieros



“ Una imagen país que crece ”

2022 fue un año en el que terminamos de salir del shock que para Chile y el mundo significó la pandemia. Un año en el que comenzamos a recuperarnos. A levantar la vista y nuevamente mirar el mundo, nuestro país y nuestro camino.

El de Chile es un camino de continuidad y coherencia, pilares básicos para la credibilidad internacional. Pero también un camino de cambio: de cambio de época, de nuevas formas de gobernar y relacionarse con el mundo. De nuevos desafíos que también implican compromiso. Y de nuevas demandas de confianza y seguridad en un planeta que dejó de ser predecible.

En un momento de inflexión, mundial y nacional, con enormes retos en lo económico y lo social, en un contexto de cuestionamientos al sistema democrático como forma de convivencia en las sociedades y entre los países, en un escenario en el que el mundo necesita nuevas respuestas, creatividad, innovación, confianza y compromiso con el futuro, debemos como nunca reunirnos en torno a lo que somos.

Nuestra identidad, marcada históricamente por el territorio –sísmico y en erupción– y por una diversidad de influencias de todo el mundo, se basa en comprender de manera adaptativa lo bueno y lo malo, en ser rápidos frente a las soluciones, resilientes, resistentes y perseverantes, y en aprender de los errores.

Nuestro relato ante el mundo debe ser honesto y creíble, reflejarse en miradas colectivas, acciones concretas y acuerdos de trabajo. Un relato que se origina en tareas compartidas y que tiene capacidad de representar nuestra diversidad. Un relato coherente con nuestra política exterior de cooperación multilateral, protección del medioambiente y los derechos humanos y promoción de los intereses económicos de Chile.

Rossana Dresdner Cid,
Directora Ejecutiva
de Imagen de Chile.

“ **Nuestro relato ante el mundo debe ser honesto y creíble, reflejarse en miradas colectivas, acciones concretas y acuerdos de trabajo. ”**



Un relato que refleja las respuestas que no solo Chile, sino también el mundo, están buscando a las grandes preguntas de hoy: el desafío de la sustentabilidad, una mejor democracia y sociedades más diversas e integradas.

Desde esta esquina del planeta, tenemos que hablarle al mundo con una sola voz y construir nuestro futuro juntos, para así poder aportar a la construcción del futuro del planeta.

De la misma forma en que no se construye imagen país haciendo borrón y cuenta nueva en cada gestión, no se construye una imagen país creíble siendo ciego a los cambios y avances que el mundo y nuestro propio país experimentan. Debemos mirar al mundo y a Chile en el nuevo contexto y adaptarnos.

El 2022 avanzamos como país. Comenzamos a ponernos de pie sobre nuevas convicciones. Recibimos el 2023 con una visión de largo plazo, con una mirada asertiva, con confianza en nuestras capacidades y atentos a Chile, atentos al mundo, atentos al futuro.



“ Un compromiso con la proyección internacional de Chile ,”

La imagen de un país constituye un pilar fundamental para proyectar su identidad, cultura y valores en el ámbito internacional. Hoy más que nunca, en un mundo interconectado y globalizado, la percepción que se tenga de Chile juega un papel crucial en el desarrollo de relaciones políticas, comerciales y culturales.

La Fundación Imagen de Chile trabaja incansablemente para resaltar nuestras fortalezas y valores, así como nuestras riquezas naturales, patrimoniales y humanas. Su compromiso y esfuerzo han sido clave para presentar a Chile como un país que progresa, con impulso innovador y sostenible, lleno de oportunidades para la inversión, el turismo y la cooperación internacional.

En nuestra labor como Ministerio de Relaciones Exteriores, hemos encontrado en la Fundación, un gran aliado para proyectar aquellos elementos y características que distinguen y enaltescen a Chile en el extranjero. Su mirada estratégica y su capacidad para destacar los aportes de nuestros ciudadanos y sus instituciones, han sido elementos cruciales para impulsar una imagen positiva y auténtica de nuestra nación.

Alberto van Klaveren,
Ministro de Relaciones
Exteriores, Presidente
de Imagen de Chile.

“ Hoy más que nunca, en un mundo interconectado y globalizado, la percepción que se tenga de Chile juega un papel crucial en el desarrollo de relaciones políticas, comerciales y culturales. ”



Estamos convencidos de que el continuo desarrollo y profundización de esta estrecha colaboración, permitirá seguir fortaleciendo la proyección de Chile en el mundo, mostrando la diversidad y riqueza que nos caracteriza como país, así como los caminos que hoy estamos forjando para un futuro mejor.



MARCA CHILE

QUI ÉN ES SOMOS

CAPITULO 03



3.1

IMAGEN DE CHILE

Imagen de Chile es una fundación de derecho privado, sin fines de lucro, que tiene por misión promover la imagen del país en el exterior.

Su objetivo principal es posicionar positivamente a Chile a nivel internacional, fomentando su identidad competitiva a través de la coordinación del trabajo de exposición internacional de entidades públicas y privadas, bajo el entendido de que el desarrollo de una buena imagen país genera reconocimiento, reputación y preferencia, al mismo tiempo que atrae turismo, inversión, talento y mayores exportaciones.

La institución articula la estrategia que apunta a robustecer la reputación de Chile y mejorar las percepciones de otros en torno al país, lo que se traduce en la creación e implementación de una estrategia coordinada que busca visibilizar los atributos diferenciadores de Chile en el extranjero. Lo anterior implica coordinar la labor de los principales sectores que construyen imagen como son: Cultura, Ciencia, Deporte, Exportaciones, Inversiones y Turismo, entre otros, generando alianzas con actores del sector público y privado que per-

mitan alinear el mensaje en torno a Chile y lograr un mayor impacto en las acciones de promoción. En este contexto, la labor de Imagen de Chile se divide principalmente en las siguientes dimensiones:

Impacto en audiencias internacionales a fin de transmitir una experiencia positiva y singular de nuestro país e incrementar sus grados de familiaridad y favorabilidad a nivel mundial:

- **Campañas internacionales**
- **Contenido digital**
- **Gestión de prensa internacional**
- **Presencia y activaciones en eventos de alta visibilidad**

Fortalecimiento interno de la marca Chile para vincularla con la ciudadanía y así aumentar su conocimiento e identificación, lo cual es clave para una promoción efectiva en el exterior:

- **Alianzas estratégicas**
- **Programa de Uso de la Marca Chile**
- **Posicionamiento institucional**



3.2

PRINCIPIOS Y VALORES

MISIÓN

Promover la imagen de Chile a nivel internacional para contribuir a su conocimiento, reputación y competitividad a través de la gestión de la marca país.

VISIÓN

Existimos para contribuir al desarrollo de oportunidades para Chile y los chilenos, fortaleciendo su reconocimiento y valoración internacional.

LOS VALORES QUE NOS DISTINGUEN

Compromiso y sentido país: nos moviliza aportar al desarrollo de la nación, creando más oportunidades para sus habitantes y sectores productivos.

Inspirar, innovar y ser creativos: movilizar a otros para que compartan nuestro compromiso con la imagen país, buscando nuevos puntos de vista y maneras de trabajar para lograr impacto en nuestro ámbito de acción.

Espíritu de colaboración: nuestra labor es integradora, convocante, en equipo, formando redes que permitan elaborar una imagen, relato y acciones que interpreten al país.

Búsqueda de excelencia: nuestro motor es la calidad. Buscamos que nuestra labor se desarrolle y mejore de manera permanente, incorporando nuevos conocimientos, técnicas y miradas.





3.3

DIRECTORIO 2022



Imagen de Chile cuenta con un directorio presidido por el Ministro de Relaciones Exteriores e integrado por 17 destacadas personalidades del sector público y privado, pertenecientes a distintos ámbitos del quehacer nacional.



Alberto van Klaveren



Mario Marcel



Nicolás Grau



Jaime de Aguirre



Patricio Fernández



Paulina Saball



Carlos Correa



Creating **Future**



Fernando Reyes



Nicolás del Valle



Pedro Guell



María Isabel Lara



Joel Martínez



Bárbara Vallejos



Evelyn Henríquez



Juan Sutil



Eugenio Tironi



Gina Ocqueteau

3.4

NUESTRO EQUIPO

DIRECCIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Su objetivo es colaborar estratégicamente con actores del sector público y privado en Chile y en mercados prioritarios para ampliar la visibilidad de la marca país, dar contexto a la marca y apoyar el desarrollo de sectores estratégicos para la imagen país a través de un relato común sobre Chile adaptado de acuerdo al sector y mercado.

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Tiene como misión proponer, gestionar, supervisar y evaluar la estrategia de comunicaciones de la imagen país a nivel internacional a través de un vínculo estrecho con los corresponsales extranjeros, gestión de prensa y diplomacia pública, con el propósito de posicionar positivamente a Chile en el exterior.

DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN

Tiene como principal objetivo dirigir y controlar los procesos financieros y de rendición de cuentas. Además, es el encargado de formalizar los distintos recursos humanos, tecnológicos, legales y otros servicios administrativos generales, con el fin de asegurar el correcto desempeño general y una financiación óptima para las actividades de la organización.

DIRECCIÓN DE MARKETING

Su objetivo es posicionar los atributos distintivos de Chile a través de la generación de contenidos y campañas; La organización y soporte de actividades para la promoción de Chile en el extranjero, junto al desarrollo de estrategias, conceptos y contenidos comunicacionales creativos, herramientas gráficas, audiovisuales y material promocional.





MARCA CHILE

LA ESTRATEGIA DE
LA MARCA CHILE

CAPITULO 04

4.0

LA ESTRATEGIA DE LA MARCA CHILE

La marca país es la herramienta estratégica para impactar favorablemente la imagen nacional, posicionando atributos distintivos de su identidad que lo pueden hacer más competitivo en el mundo. Una de las labores de Imagen de Chile es aumentar la percepción de valor agregado de la Marca Chile. Esta tarea resulta clave, puesto que al ser más conocida y reconocida atrae mayor inversión extranjera, contribuye a aumentar la preferencia de los productos nacionales y las exportaciones, genera interés por el turismo e incrementa la influencia política y cultural de Chile.

Este trabajo se desarrolla teniendo en cuenta dos grandes ejes estratégicos:

- 1. Posicionar la Marca Chile** en los principales mercados de Europa, América y Asia. La elección de estos destinos obedece a la priorización conjunta con los stakeholders que promueven específicamente exportaciones, inversiones y turismo, donde existe un amplio potencial de crecimiento.
- 2. Involucrar a los chilenos** en la promoción de la imagen país, lo que responde a la meta de que cada chileno conozca nuestra marca, la valore y tome conciencia de su rol de embajador del país.

4.1

PILARES DE LA MARCA CHILE

TERRITORIO

Diverso y extremo al fin del mundo, que cuenta con una biodiversidad para cuidar y proteger. Tiene cielos claros y puros para observar el universo, y una naturaleza viva y abundante.

CARÁCTER

Innovador, colaborativo, resiliente y con visión de futuro.

APOORTE

Contribución y mirada global, compromiso con las generaciones futuras, vocación de excelencia y compartir identidad y valores.





Chile

MARCA CHILE

IMPACTO EN AUDIENCIAS INTERNACIONALES

CAPITULO 05

5.0

IMPACTO EN AUDIENCIAS INTERNACIONALES

El propósito de Imagen de Chile es presentarle al mundo los diversos atributos diferenciadores de nuestro país, resguardar la reputación de Chile en el exterior y posicionarlo como un destino atractivo para visitar, invertir, hacer comercio y estudiar.

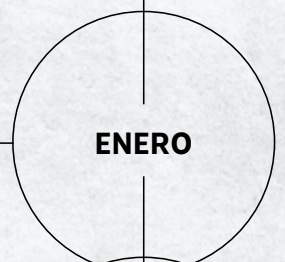
En 2022 lanzamos campañas, organizamos viajes de prensa y participamos en eventos internacionales, lo que nos ha permitido llegar efectivamente a audiencias en diversas partes del mundo.



PRINCIPALES HITOS DEL AÑO

Viaje de prensa:
Magallanes, polo científico y de innovación

Viaje de prensa:
Expedición científica a la Antártica



ENERO

Viaje de prensa:
Campos de hielo norte, termómetro del cambio climático y conservación de los parques de la Patagonia



FEBRERO

Viaje de prensa:
Momias Chinchorro, nuevo Patrimonio Mundial de la Humanidad

Viaje de prensa:
Canal Beagle, ferrybox monitorea cambio climático

Campaña H8menajes



MARZO

Lanzamiento:
Red Chilenos Creando Futuro

Conferencia:
Paridad en el proceso constituyente



ABRIL

Viaje de prensa:
Visita ALMA y la viña a mayor altitud de Chile

Viaje de prensa:
Tejedoras mapuche unen el telar más largo del mundo



MAYO

Viaje de prensa:
Atrapanieblas, solución creativa a la escasez hídrica.



JUNIO

Viaje de prensa:
El gran abuelo, el árbol más longevo del mundo y transporte fluvial sustentable en Valdivia.

JULIO

AGOSTO

Estreno Sanfic

Viaje de prensa:
Cabo de hornos, laboratorio natural para el estudio del cambio climático

SEPTIEMBRE

Campaña:
La cueca del chileno en todas partes

OCTUBRE

Viaje de prensa:
The Blue BOAT Initiative en Chiloé

Viaje de prensa:
Rapa Nui, apertura de la isla a turistas post covid y pauta sustentable

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

Viaje de prensa:
Red de vigilancia volcánica de Chile, referente en el mundo

5.1

ESTRATEGIA DIGITAL DE LA MARCA CHILE

La estrategia digital de **Imagen de Chile** sitúa al sitio web como el centro del ecosistema digital. La generación permanente de contenido de valor y la redirección constante de las campañas desde las redes sociales a la web, han permitido que en 2022 se registraran **1.795.911 visitas** a la página.

Actualmente, **Imagen de Chile** está presente en **Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube y TikTok**, con más de 3 millones de seguidores. Estos canales son fundamentales para llegar a audiencias específicas en los países prioritarios y redirigir las visitas al sitio web.



MARCA CHILE
3.238.449
SEGUIDORES TOTALES.



MARCA CHILE
3.654.114
SEGUIDORES TOTALES.



MARCA CHILE
262.215
SEGUIDORES TOTALES.



MARCA CHILE
208.635
SEGUIDORES TOTALES.



MARCA CHILE
30.131
SEGUIDORES TOTALES.



MARCA CHILE
72.185
SEGUIDORES TOTALES.



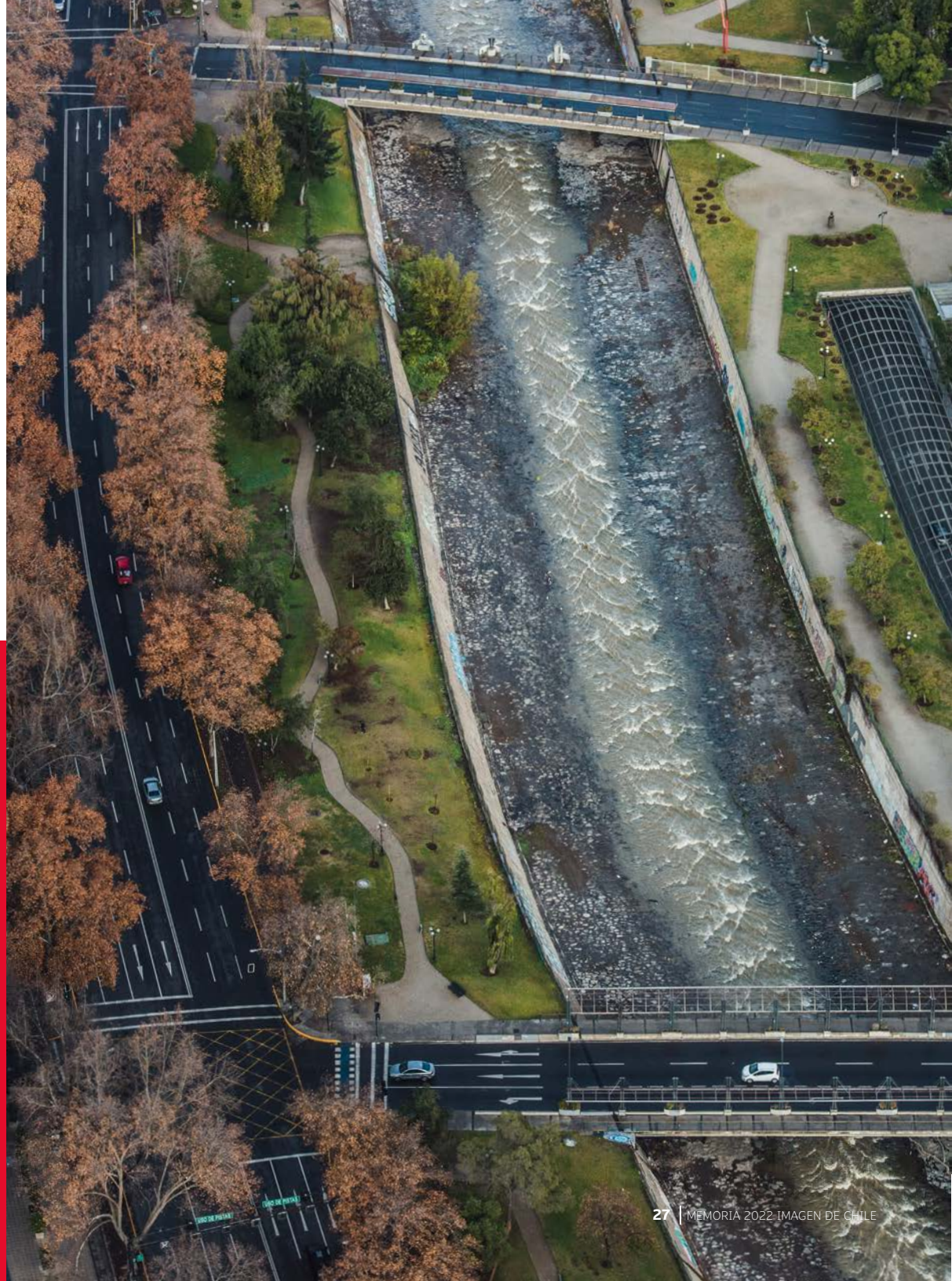
MARCA CHILE
11.169
SEGUIDORES TOTALES.

MARCA CHILE, SUMANDO MÁS SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



BANCO AUDIOVISUAL

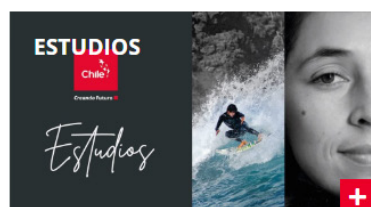
La Fundación ha fortalecido y perfeccionado el Banco Audiovisual, plataforma digital que busca contribuir en la promoción y el posicionamiento internacional de Chile. Este repositorio digital contiene material fotográfico y audiovisual de alta calidad, y está disponible en el sitio web para el conocimiento y uso tanto de colaboradores, socios estratégicos y entidades interesadas en usar estos contenidos para promover al país.





CONTAR CHILE DESDE EL HUMOR

Imagen de Chile e Ingesman se unieron para contar Chile desde el humor. El ilustrador chileno creó una serie de viñetas humorísticas dando a conocer nuestro país y aludiendo con originalidad y chispeza a la idiosincrasia de los chilenos.



TOOLKIT

Imagen de Chile también tiene disponible para descarga un toolkit, el cual reúne una serie de imágenes, presentaciones, infografías, estudios, entre otros, útiles para quienes buscan contar sobre Chile y promover el país en el exterior. Se encuentra material disponible y actualizado en los cinco pilares que definen la estrategia de marca país: Vida y Cultura, Turismo y Deporte, Ciencia y Conocimiento, Negocios y Exportaciones, Innovación y Emprendimiento.

5.2

SOY LA TIERRA. HISTORIAS DESDE EL FIN DE MUNDO

Gran parte del trabajo de los dos últimos años de la Fundación fue la producción y realización del documental “Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo” con el objetivo de potenciar comunicacionalmente los esfuerzos de chilenos y chilenas por combatir el cambio climático y llegar a nuevas audiencias.

El medimetraje se realizó con Fábula, una de las productoras más destacadas del país, y bajo la dirección general de Maite Alberdi, una de las cineastas chilenas más celebradas en los últimos años, cuyo trabajo ha recibido una serie de premios y reconocimientos, y que estuvo nominada a los Oscar a mejor documental en 2021 por “El Agente Topo”.

A través de cinco ejes temáticos -agricultura sustentable, conservación de bosques y biodiversidad, energías renovables, crisis hídrica y astronomía-, el documental invita a reflexionar sobre la

crisis climática y presenta varias iniciativas chilenas que buscan hacer frente a los efectos del calentamiento global, desde el desierto del norte a los campos de hielo en el sur.

La pieza documental cuenta con la participación de Andrés Jordán, astrofísico; Osvaldo Ulloa, investigador y explorador de los océanos; Bárbara Saavedra, ecóloga y especialista en conservación de la biodiversidad, directora de la Wildlife Conservation Society; Claudia Maturana, bióloga evolutiva del Instituto de Ecología y Biodiversidad; Cristián Sjögren, ingeniero civil y emprendedor AgTech; Rodrigo Delmastro, ingeniero forestal, dedicado a energías renovables (HIF); Marcelo Leppe, paleobiólogo y explorador antártico, director de Inach; Nicolás Schneider y Natalia Rebollo, cofundadores de Un Alto en el Desierto; y Ricardo Acuña, presidente de Ecobarrios (Población Cuatro Álamos, Maipú).







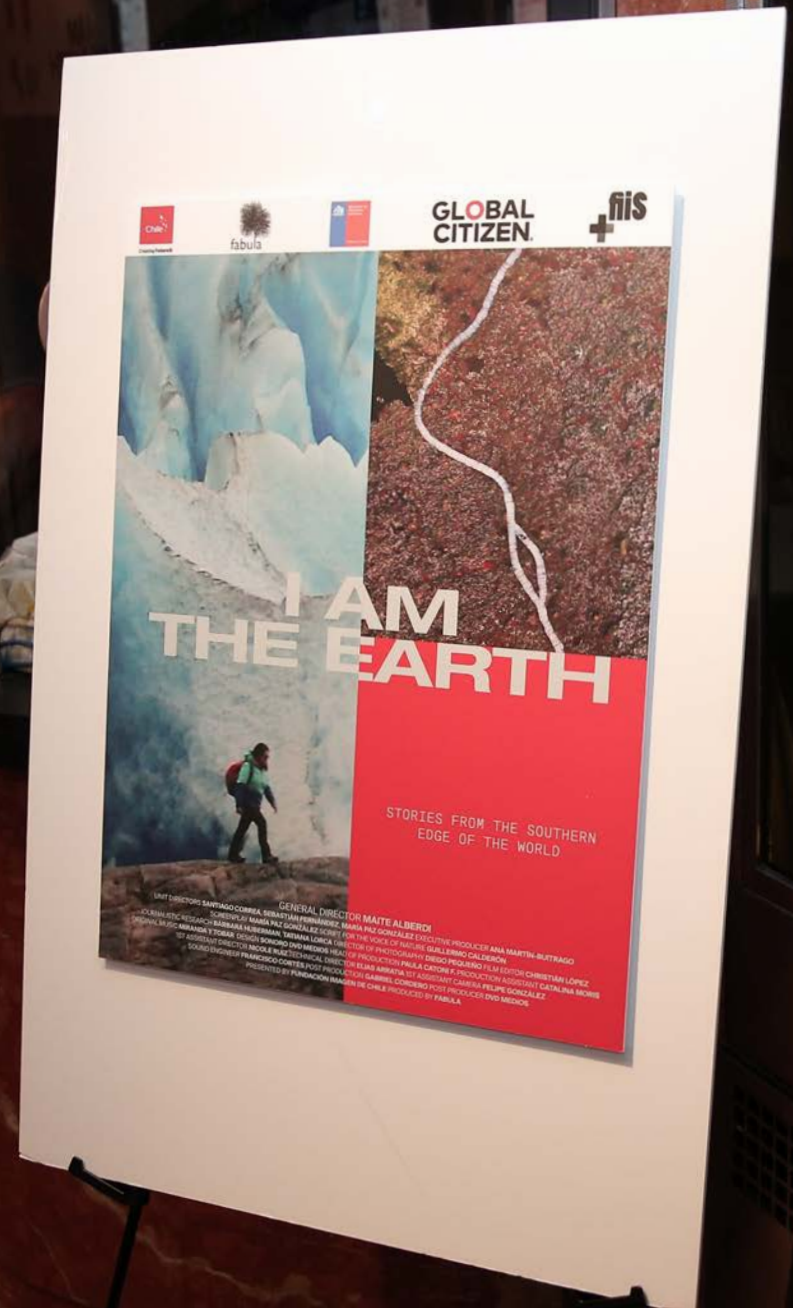
SANFIC

Imagen de Chile preestrenó el documental “Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo” el día de la inauguración de Sanfic Industria, en el marco del Festival Internacional de Cine de Santiago, un certamen que se ha consolidado como uno de los más importantes del séptimo arte en la región. El evento contó con la participación de la ministra de Relaciones Exteriores, Antonia Urrejola, los chilenos y chilenas protagonistas del mediodrama, el equipo de la productora Fábula y la directora general, Maite Alberdi.



CLIMATE WEEK

La Semana del Clima de Nueva York es el evento climático global más grande del mundo. Reúne a los líderes más influyentes en la acción climática de empresas, gobiernos y la sociedad civil, y se realiza en paralelo a la Asamblea General de las Naciones Unidas en esa ciudad. Gracias a la alianza que firmamos con fiiS -Festival Internacional de Innovación Social- exhibimos el documental "Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo" como un side event de la Climate Week en el DGA Theater de Nueva York.



FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DOCUMENTAL DE AMSTERDAM

El Festival Internacional de Cine Documental de Amsterdam -IDFA, por sus siglas en inglés- es el principal festival de documentales a nivel mundial y se realiza anualmente en los Países Bajos. Imagen de Chile estuvo presente a través del evento Guests Meet Guests, el cual convocó a figuras influyentes del mundo del cine documental para hablar sobre “Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo” y dar a conocer cómo Chile está enfrentando la crisis climática a través de diversas iniciativas.



COP15 DE BIODIVERSIDAD EN CANADÁ

En el marco de la COP15 de Biodiversidad, celebrada en Montreal entre el 7 y el 19 de diciembre, se realizó un visionado del documental "Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo", organizado por el Consulado General de Chile en Montreal, la Universidad de Concordia y la Fundación Imagen de Chile. Luego de la exhibición del mediometraje, se llevó a cabo un panel en donde participaron Maximiliano Bello -Global Fellow, Latin American Program, Wilson Center y consultor de políticas oceánicas internacionales-; Rebecca Tittler -académica de Loyola College for Diversity and Sustainability, U. de Concordia; y Cristián Sjögren -co-fundador & CEO de AgroUrbana, una de las historias retratadas en el film-, moderado por Éliane Ubalijoro -PhD, directora ejecutiva de Sustainability in the Digital Age, un think tank de la U. de Concordia enfocado en la sostenibilidad-.



MOSAIC OF SUSTAINABILITY

Wines of Chile organizó en Miami el evento “Un mosaico de la sostenibilidad” con el objetivo de destacar el gran trabajo de nuestro país por un futuro más verde. Bajo este marco, se proyectó el documental “Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo” y se realizó una muestra de productos de vino sustentables, negocios eco-conscientes y alimentos chilenos premium.



5.3

CAMPAÑAS INTERNACIONALES

Durante el año, la Fundación llevó a cabo una serie de campañas digitales masivas orientadas a audiencias clave y con el objetivo de posicionar a Chile en el concierto internacional, a partir de las dimensiones de emprendimiento, calidad de vida, ciudadanía, y sustentabilidad.



SI CHILEN@S CREAN FUTURO, CHILE CREA FUTURO

Este año se lanzaron dos fases de esta campaña que busca visibilizar las historias de talentosos chilenos y chilenas que están creando futuro con un especial foco en regiones, destacando proyectos que aportan a la calidad de vida, la sustentabilidad y las comunidades de Chile y el mundo. La primera fase se lanzó en abril y contó con la participación de Rupu, Verde Activo, Ecomax, Can Reflect, Huemul Safe y Un Alto en el Desierto. La segunda fase se lanzó en octubre y participaron Birds Chile, Myconativa, El Manzano, Cicla 3D, Viña Ayllú, Litiohm, Blups y Pampa Concordia. Se difundieron en Estados Unidos, Reino Unido, España y Brasil.

Fase 1

Awareness: 37.509.709 personas alcanzadas

Engagement: 7.580.569 reproducciones

Fase 2

Awareness: 42.028.857 personas alcanzadas

Engagement: 8.095.004 reproducciones



HOMENAJES

En el mes de la mujer, invitamos a ilustradoras y escritoras a homenajear a 8 grandes chilenas que están aportando al mundo desde la ciencia, el deporte, el emprendimiento y la cultura. De esta forma creamos una red de 24 mujeres unidas por la pasión, fuerza y el talento. Las homenajeadas fueron la astrónoma Laura Pérez, la emprendedora Loretxu García, la pianista Mahani Teave, la escritora Isabel Allende, la futbolista Christiane Endler, la bióloga Bárbara Saavedra, la chef Fernanda Fuentes y la emprendedora Bernardita Astaburua. Se difundió en Estados Unidos, Reino Unido, España y Brasil.

Descripción

Awareness: 8.785.890 personas alcanzadas

Engagement: 65.321 clics a la web



CHILE EVERYWHERE

Sergio Chamý, el entrañable espía del documental “El Agente Topo” protagoniza esta campaña que muestra cómo Chile está presente “en todas partes”. De las más diversas formas, nuestro país se hace presente en el extranjero. Por ejemplo, una escena de 007: Quantum of Solace fue filmada en el desierto de Atacama, Chile aparece nombrado en un episodio de Los Simpsons, y Barack Obama dedica un capítulo completo de una serie de Netflix a hablar sobre nuestros parques nacionales. Actores chilenos lideran producciones mundiales y el talento chileno cada vez obtiene más reconocimientos, tanto en el cine, arte y deporte, entre muchas otras disciplinas.

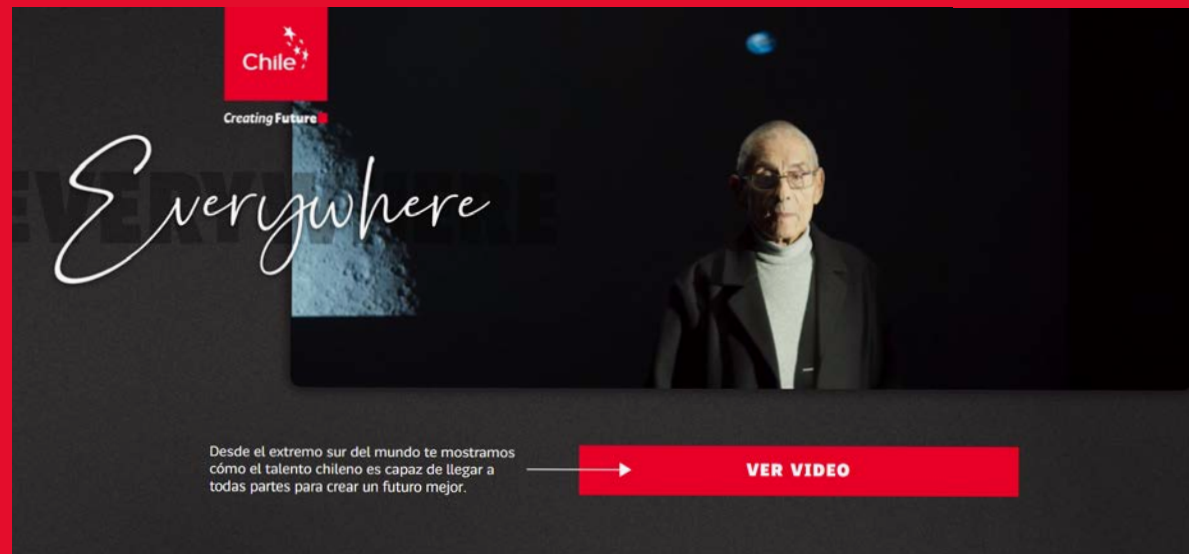
Awareness: 9.769.334 personas alcanzadas

Engagement: 5.870.865 reproducciones

De forma paralela, se trabajó con 6 influencers de Madrid, Nueva York y Londres, quienes mostraron a través de sus cuentas de TikTok la presencia de Chile en algunas de las ciudades más cosmopolitas del mundo, visitando plazas, calles, restaurantes o exposiciones de arte, entre muchos otros. Con esta campaña se buscó llegar a las nuevas generaciones, quienes utilizan preferentemente la red social TikTok.

Awareness: 5.376.770 personas alcanzadas

Engagement: 8.913.393 reproducciones



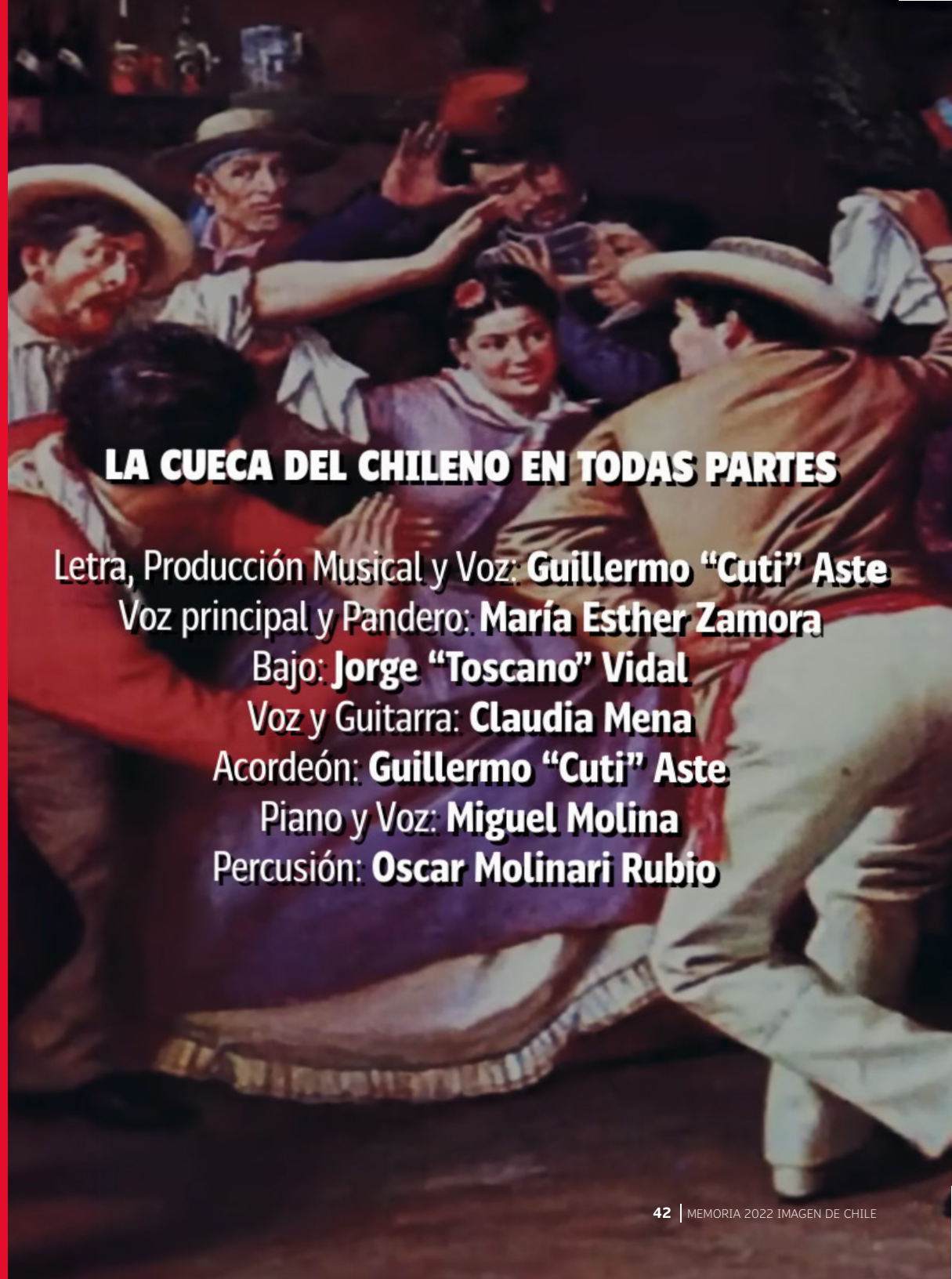
Usa el hashtag #ChileEverywhere en tus fotos de Instagram y juntos mostrémosle al mundo por qué Chile está en todas partes.

LA CUECA DEL CHILENO EN TODAS PARTES

«Brindo dicen los chilenos, que andan por otras naciones, por su tierra y tradiciones, sintiendo un orgullo pleno». Con un brindis dedicado a los compatriotas repartidos en el extranjero comienza 'La Cueca del Chileno en Todas Partes', una pieza musical creada por Imagen de Chile para celebrar las fiestas patrias relevando el talento nacional que ha dado la vuelta al mundo. El videoclip, producido por el cantautor Cuti Aste y con la colaboración de la cantante María Esther Zamora, fue compartido con las embajadas chilenas en el exterior para su difusión. Adicionalmente, la pieza fue difundida en Estados Unidos, Reino Unido, España y Chile.

Awareness: 5.003.626 personas alcanzadas

Engagement: 2.725.705 reproducciones



LA CUECA DEL CHILENO EN TODAS PARTES

Letra, Producción Musical y Voz: Guillermo "Cuti" Aste

Voz principal y Panderero: María Esther Zamora

Bajo: Jorge "Toscano" Vidal

Voz y Guitarra: Claudia Mena

Acordeón: Guillermo "Cuti" Aste

Piano y Voz: Miguel Molina

Percusión: Oscar Molinari Rubio

5.4

GESTIÓN DE PRENSA INTERNACIONAL

Imagen de Chile mantiene un vínculo estrecho con equipos editoriales en el extranjero, al igual que con corresponsales basados en nuestro país. Este vínculo se desarrolla y fortalece a través de la identificación y entrega de temas y entrevistas atractivas, así como la organización de viajes y conferencias de prensa que permitan mostrar cómo Chile está creando futuro desde sus aportes en sustentabilidad, calidad de vida y comunidades.

Son pocas las instituciones de nuestro país que mantienen una relación tan cercana con la prensa

internacional y un trabajo proactivo con ellos es clave para cumplir la misión de promover la imagen de Chile en el exterior.

En 2022 se realizaron 13 viajes de prensa para cubrir temas de patrimonio, astronomía, pueblos originarios, medio ambiente, ciencia, cambio climático e innovación, a las regiones de Arica, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes.

3.335 publicaciones fueron gestionadas por Imagen de Chile en prensa internacional en 2022.



CIENCIA Y CONOCIMIENTO

Promover el talento de científicos chilenos y a nuestro territorio como un laboratorio natural para encontrar las respuestas a preguntas aún inconclusas sobre el origen del universo y de la vida, o sobre los impactos del cambio climático en el planeta Tierra, entre muchos otros temas, fue uno de los ejes centrales que marcó nuestra labor de gestión con la prensa internacional. Llevamos a corresponsales a cubrir el lanzamiento del Observatorio de Cambio Climático en Punta Arenas, los 10 años de ALMA, una expedición científica en la Antártica, el Centro Subantártico Cabo de Hornos en Puerto Williams y los Campos de Hielo Norte como un termómetro del calentamiento global. También dimos a conocer hazañas científicas, como la exploración a 5.900 metros de profundidad en la Fosa de Atacama y hallazgos paleontológicos, como el fósil de una hembra ictiosaurio en la Patagonia.



VIDA Y CULTURA

A principios de año viajamos con la prensa internacional a Arica para posicionar la incorporación de los asentamientos y la momificación artificial de la Cultura Chinchorro en la lista del Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO. También visitamos Puerto Saavedra en la Araucanía, en donde se llevó a cabo el hito de la unión del telar más grande del mundo, realizado por tejedoras mapuches. También apoyamos en la difusión internacional de varios eventos culturales de gran importancia como el Festival Teatro a Mil, Puerto de Ideas y el Festival de Cine de Mujeres. Adicionalmente, en el transcurso del año gestionamos entrevistas con destacadas figuras chilenas del mundo de las artes y la cultura, como la artista visual ganadora del León de Oro de la Bienal de Venecia 2022, Cecilia Vicuña.



EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

Dimos a conocer importantes avances en la industria de la electromovilidad en Chile, como la creación de la primera fábrica de buses eléctricos de Latinoamérica, la que permitirá expandir la flota de buses eléctricos no solo en el país, sino también en la región. Difundimos importantes hitos sobre la energía renovable, como el cierre de centrales a carbón y el transporte fluvial en Valdivia a base de energía solar. Llevamos a los corresponsales a conocer los atrapanieblas en Ovalle, un dispositivo inventado en Chile que permite recolectar agua de la niebla y enfrentar la crisis hídrica. También viajamos a la isla de Chiloé para cubrir la instalación de la primera boya inteligente en Sudamérica, que permitirá monitorear los océanos y proteger a las ballenas que circulan por esa zona.



TURISMO Y DEPORTE

En el ámbito deportivo, difundimos el récord de nado en Cabo de Hornos de la deportista chilena Bárbara Hernández, posicionando a la vez el talento nacional y los paisajes naturales. También contribuimos a la cobertura de la participación chilena en los Juegos Olímpicos en Beijing. En cuanto al turismo, posicionamos los premios que obtuvo Chile en los World Travel Awards, como mejor destino de turismo aventura en Sudamérica y mejor destino verde en el mundo.



NEGOCIOS Y EXPORTACIÓN

En el área de negocios y exportación, posicionamos en la prensa internacional la planta piloto de combustible sintético en base a hidrógeno verde, Haru Oni, una industria prometedora en nuestro país y que podría convertir a Chile en un exportador clave a nivel mundial. Llevamos a corresponsales a conocer el vino que se produce a mayor altura en Chile, en pleno desierto de Atacama, elaborado por pueblos originarios reunidos en la cooperativa campesina Lickanantay. También participamos en la difusión de start-ups chilenas.





PRESENCIA EN EVENTOS DE ALTA VISIBILIDAD

Entre los objetivos de la institución está potenciar la imagen de nuestro país en eventos internacionales y ante audiencias clave, buscando reforzar los atributos diferenciadores que representan nuestra identidad.



COP27

Estuvimos presentes en la mayor conferencia mundial sobre cambio climático, celebrada este año en Sharm el Sheij, Egipto. En el Pabellón Chile mostramos diversas piezas de nuestra campaña Chile Creando Futuro, con el objetivo de destacar el talento y el esfuerzo de las chilenas y los chilenos que están creando iniciativas innovadoras para combatir la crisis climática y, a su vez, generan aportes desde Chile para el mundo.



CITY NATION PLACE

City Nation Place es un foro que reúne anualmente en Londres a representantes de las marcas país de diversas partes del mundo para compartir experiencias y exponer las últimas tendencias de marketing y posicionamiento de la industria. Este año, nuestra campaña Chile Creating Future recibió el reconocimiento “Highly Commended” en la categoría Place Brand of the Year. También estuvimos nominados a Best Communication Strategy por la estrategia de comunicaciones de Imagen de Chile con la prensa internacional.



EXPO DUBAI 2020

Chile fue parte de la Expo Dubai 2020, evento internacional que debido a la pandemia del Covid19, tuvo lugar entre octubre del 2021 y marzo del 2022. La participación de Chile buscó posicionar al país en tres ámbitos: sostenibilidad, innovación y seguridad alimentaria. Imagen de Chile estuvo presente a través de la exhibición de un video que mostró a inversionistas internacionales apostando por nuestro país.

Algunos de los testimonios fueron: Luis Enrique Yarur, presidente de BCI, Daniel Daccarett, presidente de Vendomática, y Priyanka Srinivas, CEO de The Live Green Co



FUNDACIÓN CHILE - ESPAÑA

El 30 de junio se celebró el décimo aniversario de la Fundación Chile-España (FCE) en Madrid, el cual contó con la participación de más de 250 personas de relevantes grupos empresariales españoles y chilenos, así como también del ámbito cultural y académico. En la celebración, la FCE otorgó cuatro premios a entidades claves para el desarrollo del trabajo de la Fundación. Entre ellos, entregó a Imagen de Chile el Premio Institucional, por su labor en promocionar internacionalmente la marca país y por la estrecha colaboración que han mantenido ambas instituciones.



PREFORO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS

Durante marzo, Chile fue sede por primera vez del Preforo Iberoamericano de Marcas País, evento que reúne todos los años a las marcas país y marcas destino de Latinoamérica y la península ibérica con el fin de fortalecer los vínculos entre sus miembros a través del intercambio de experiencias en la gestión del place branding.

Entre los principales objetivos de este encuentro estuvo fijar la sede del IX Foro Iberoamericano de Marcas País y ratificar a los nuevos miembros, entre ellos, Barcelona, la primera marca ciudad en unirse al Consejo Iberoamericano de Marcas País (CIMAP).



FORO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS

El 27 y 28 de octubre, Montevideo y Punta del Este fueron el escenario de la 9ª edición del Foro Iberoamericano de Marcas País, evento que congrega anualmente a las marcas país y marcas destino de Latinoamérica y la península ibérica. En el encuentro se trataron las tendencias mundiales de branding y posicionamiento de las marcas destino y se compartieron experiencias de gestión entre los miembros del (CIMAP).

Imagen de Chile participó en un panel sobre posicionamiento digital de las marcas territoriales junto a sus pares de Barcelona y Perú, y también dio a conocer su experiencia en la relación y el trabajo colaborativo entre la marca país y las marcas sectoriales.



SANTIAGO 2023

En el marco de nuestra alianza con Santiago 2023, estuvimos presentes en varios eventos llevados a cabo por la organización para posicionar a los Panamericanos y Parapanamericanos que se desarrollarán en Chile el próximo año, como el Open Day, Asamblea Panam Sport y la cuenta regresiva con una ceremonia en La Moneda y una activación en Parque Cerrillos.





MARCA CHILE

FORTALECIMIENTO
INTERNO DE LA
MARCA CHILE

CAPITULO 06



6.0

FORTALECIMIENTO INTERNO DE LA MARCA CHILE

Uno de los propósitos que guían la labor de Imagen de Chile es que los chilenos se apropien de la Marca Chile y se sientan orgullosos de ella, reconociéndola como una marca que los identifica, motiva y representa.

Este año la Fundación realizó el Encuentro Imagen de Chile 2022, evento que contó con la presencia de los principales stakeholders y también con la participación de otras organizaciones de marcas país del mundo. Allí la Fundación distinguió a empresas y personas que aportan en la construcción de una imagen país positiva.

Adicionalmente, en el transcurso de 2022, Imagen de Chile firmó 4 nuevas alianzas con organizaciones de diversos sectores, lo que permitirá generar espacios relevantes de colaboración. Asimismo, se sumaron 220 empresas a nuestro Programa de Uso de la Marca Chile, por lo que ya contamos con más de 1.200 organizaciones a lo largo del territorio nacional que llevan el logo de la Marca Chile vinculándose con el valor de origen. Imagen de Chile también participó en una serie de eventos a lo largo del país con el objetivo de difundir los beneficios de ser parte del Programa de Uso de la Marca Chile e invitar a las empresas y servicios que cumplan con los requisitos a sumarse como licenciatarios.

6.1

ENCUENTRO IMAGEN DE CHILE 2022

Bajo el título “Juntos, Creando Futuro”, realizamos en marzo el Encuentro Imagen de Chile 2022, instancia en la cual reflexionamos sobre cómo crear una marca país con propósito. Expositores nacionales e internacionales, representantes de marcas país de otras naciones y socios estratégicos del sector público y privado, fueron parte de este evento en donde se compartieron experiencias y herramientas clave a la hora de construir una marca país valiosa, coherente y competitiva.

Andrew Davis, referente en marketing internacional; Kate Taylor Tett, directora adjunta de la Campaña GREAT Britain & Northern Ireland; Gonzalo Undurraga, CEO de Explora; Rodrigo Yáñez, subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales; y Josefa Monge, presidenta ejecutiva de Sistema B Chile, fueron los expositores del encuentro.

El evento también contó con un panel titulado “Construyendo una imagen país desde el talento, la innovación y el emprendimiento”, en el cual participaron el entonces ministro de Ciencias, Tecnología, Conocimiento e Innovación, Andrés Couve; la entrante ministra de Medio Ambiente e integrante de la Red Chilen@s Creando Futuro, Maisa Rojas; la gerenta de Start-Up Chile, María de los Ángeles Romo; y el director de Esencial Costa Rica, discutieron, junto a Constanza Cea, importantes casos de éxito de personas y empresas en Chile que están posicionando el talento nacional a nivel global.



PREMIOS IMAGEN DE CHILE 2022

En el encuentro se dieron a conocer los ganadores de los “Premios Imagen de Chile 2022”, reconocimientos que buscan distinguir a la organización, a la persona y a la marca que mejor encarna el mensaje central de la nueva estrategia de imagen país “Chile Creando Futuro”, y que busca mostrar a nuestro país desde los aportes que realiza Chile para crear un mejor futuro para el mundo.



PREMIO EMPRESA IMAGEN DE CHILE: WHEEL THE WORLD

Una de las start-up chilenas más premiadas a nivel internacional que ofrece experiencias turísticas de gran nivel a personas en situación de discapacidad, como visitar las Torres del Paine y Machu Picchu.



PREMIO ESPÍRITU IMAGEN DE CHILE: ALEXIS KALERGIS

El profesor e investigador de la Pontificia Universidad Católica de Chile y director del Instituto Milenio en Inmunología e Inmunoterapia fue reconocido por su rol en el desarrollo del estudio científico y clínico de la vacuna Sinovac, crucial para la exitosa campaña chilena de vacunación masiva contra el covid-19.



PREMIO MARCA CHILE: TRIBU

Emprendimiento de snack saludable que pone en valor los productos locales con sello orgánico. Este premio busca distinguir anualmente a una de las más de 1.000 empresas del Programa de Uso de Marca Chile.



LÍNEAS DE FORTALECIMIENTO Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Desde la Fundación Imagen de Chile tenemos la firme convicción de que la construcción de la imagen país es una labor colectiva. Por esto, desde sus inicios, la organización ha tenido una vocación articuladora entre el sector público y privado con el fin de alinear a los más diversos actores en el mensaje común que se entrega para construir una imagen país positiva en el exterior.

Durante 2022, la Fundación firmó alianzas con los siguientes organismos:



1. UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

Con el objetivo de seguir construyendo una imagen país en el ámbito académico y potenciar el posicionamiento internacional del talento chileno en el ámbito científico, Imagen de Chile firmó una alianza estratégica con la Universidad Adolfo Ibáñez. Como parte de este convenio, se relevará y mostrará al mundo el trabajo de investigación e innovación que se desarrolla al interior de la universidad y que pretende ser un aporte para el desarrollo del país.



2. FESTIVAL INTERNACIONAL DE INNOVACIÓN SOCIAL (FIIS)

En el marco de potenciar los pilares de innovación social, sustentabilidad e impacto en la imagen del país y marca Chile, Imagen de Chile firmó una alianza con el Festival Internacional de Innovación Social (fiis), una organización que nació el 2013 y pone especial atención en generar conciencia social sobre temas como la pobreza, la integración social, el medioambiente, el bienestar animal, la educación, la inclusión y la salud. A la fecha suman más de 650 mil asistentes a sus festivales, han realizado 44 eventos en 16 ciudades del mundo, y colaboran con más de 1.200 organizaciones a nivel mundial, por lo que constituyen una excelente vitrina para incorporar el relato de la imagen país.

La primera colaboración para dar inicio a esta alianza estratégica fue la exhibición del documental "Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo", durante la Climate Week de Nueva York, con el fin de mostrar un Chile sustentable con un claro llamado a la acción y mitigación del cambio climático y protección de sus ecosistemas.



3. TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE

Con el objetivo de fortalecer y potenciar la presencia de Chile a nivel internacional, Fundación Imagen de Chile firmó por primera vez una alianza estratégica con un canal de televisión: Televisión Nacional de Chile (TVN).

Este acuerdo implica un apoyo mutuo entre ambas instituciones, que permitirá a TVN acceder a material gráfico y audiovisual elaborado por la Fundación, siendo a su vez una plataforma que apoye en el posicionamiento de la imagen país a nivel internacional y la exhibición de contenido que dé cuenta de los aportes que distintos actores están haciendo desde Chile al mundo.



4. BORAGÓ

En octubre se firmó un convenio de colaboración con Alycia SpA, entidad que administra Boragó, uno de los restaurantes más conocidos en el mundo y de gran relevancia para el posicionamiento de la gastronomía chilena en el exterior.

Boragó ha recibido una serie de reconocimientos internacionales: ha sido nombrado el restaurante más sostenible del mundo en 2021 y el restaurante más sostenible de Latinoamérica en 2018, y figuró en The World's 50 Best en el 4º lugar de Latinoamérica en 2018 y en el 43º lugar del mundo en 2022. Además, su creador y chef, Rodolfo Guzmán, es parte de la red de Chilen@s Creando Futuro. El objetivo de esta nueva alianza es colaborar para posicionar a Chile y su gastronomía en el mercado internacional a través de un actor relevante en la industria.



6.3

PROGRAMA DE USO DE MARCA CHILE

El Programa de Uso de Marca Chile consiste en el otorgamiento gratuito de la licencia para utilizar la Marca Chile en diferentes soportes de promoción de un producto o servicio, con el fin de que éste pueda vincularse al origen y a los valores que distinguen a nuestra marca país, generando preferencia tanto en el mercado nacional como en el extranjero.

De esta forma, las empresas que son parte del Programa de Uso de la Marca Chile pueden asociar su imagen corporativa con los atributos diferenciadores de nuestro país: confiabilidad, calidad, diversidad, tradición, sustentabilidad y creatividad. Al llevar el logo Marca Chile aumenta la competitividad del producto o servicio, ya que le permite diferenciarse de competidores locales y extranjeros. Este año, se sumaron 220 empresas

al Programa, por lo que actualmente son 1.270 organizaciones chilenas las que componen nuestra red de licenciatarios, llegando a más de 90 países. Algunas de las organizaciones que se incorporaron en 2022 son: Reina Madre, Cáscara Foods, Hotel Tantaakuy, Vinos Ayllú, Farmacias Knop, Viña Vik, Atacama Tours y Pacific Forest.

Con el fin de dar a conocer el Programa y atraer nuevos licenciatarios, Imagen de Chile participó en diversos encuentros presenciales y online organizados con socios estratégicos como ProChile, Banco Estado, Endeavor, Emprende Tu Mente, Municipalidad de Villarrica, Centro de Negocios Sercotec Ranco, Municipalidad de La Unión, Municipalidad de Purranque y la Universidad del Biobío, entre otros, lo que permitió llegar a audiencias clave a lo largo del territorio nacional.



6.4

POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL

Con el objetivo de posicionar a la Fundación Imagen de Chile a nivel nacional e impulsar que los chilenos conozcan y valoren el propósito de construir la marca país entre todos, es fundamental la difusión del trabajo que hace la institución a lo largo del año en la prensa local.

Por este motivo, trabajamos en dar a conocer las campañas internacionales que permiten contar Chile al mundo a partir del talento de los chilenos y los aportes que hacemos por construir un mundo mejor. Este año lanzamos nuevas etapas del Chile Creando Futuro, esta vez destacando prioritariamente las regiones. En abril hicimos el lanzamiento desde Ovalle y, en octubre, desde Puerto Varas. Ambas instancias atrajeron el interés de la prensa nacional. En esa línea, también difundimos la campaña Chile Everywhere, protagonizada por Sergio Chamy -el agente Topo- y para el 8 de marzo, día internacional de la mujer, posicionamos en prensa local nuestro especial H8menajes, un tributo a chilenas destacadas en diversas industrias y ámbitos de acción.

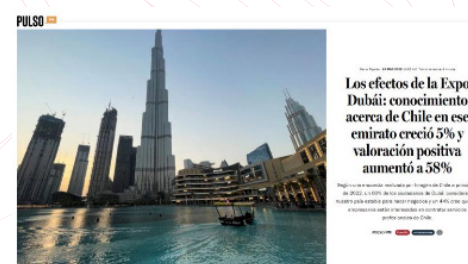
Adicionalmente, trabajamos estratégicamente para dar a conocer a lo largo del año los resultados de los estudios que realizamos para medir la percepción de Chile en el extranjero y el orgullo nacional. En este sentido, difundimos los resultados del estudio de orgullo chileno, los referentes

culturales y deportivos más conocidos en el exterior, una nube de palabras sobre con qué conceptos nos asocian más en el extranjero y un estudio longitudinal focalizado en Bogotá y Ciudad de México sobre la percepción que esas ciudades tienen de Chile, especialmente para invertir y hacer negocios.

También fue fundamental posicionar en la prensa local los eventos de gran relevancia que organizó Imagen de Chile durante el año, como el Encuentro Imagen de Chile 2022 y el Preforo Iberoamericano de Marcas País, así como también los Premios Imagen de Chile 2022, cuyos criterios de selección fueron la vinculación con el origen y el compromiso con la promoción de la imagen país. Dimos cobertura al preestreno del documental “Soy la Tierra. Historias desde el fin del mundo” en Sanfic y la exhibición del metraje en la Climate Week en Nueva York.

Gestionamos varias publicaciones en medios regionales para dar a conocer el Programa de Uso de la Marca Chile e invitar a las empresas y emprendimientos chilenos a sumar a nuestro programa de licenciamiento. Y también difundimos los premios que obtuvimos este año: el City Nation Place Awards en Londres, el NYX Marcom Awards en Nueva York y el reconocimiento de la Fundación Chile-España.









MARCA CHILE

ESTUDIOS DE
PERCEPCIÓN

CAPITULO 07

7.0

ESTUDIOS DE PERCEPCIÓN

Desarrollar una estrategia de posicionamiento basada en datos es clave para una promoción más eficiente y efectiva de nuestra imagen país. En Imagen de Chile realizamos estudios de percepción tanto dentro del país como en el exterior, para medir una serie de factores fundamentales a la hora de construir nuestros lineamientos estratégicos. De esta forma, podemos crear un relato consistente con la realidad chilena y con lo que a los chilenos les identifica, y conectar con audiencias internacionales. Estos estudios también son un insumo de gran relevancia para nuestros stakeholders. A continuación, presentamos los estudios realizados durante el año.

ESTUDIO IMAGEN DE CHILE EN MERCADOS PRIORITARIOS 2022

El estudio internacional Imagen de Chile en Mercados Prioritarios se constituye como una continuación al proyecto del Estudio Longitudinal, que inició con el objetivo de de levantar la percepción de Chile en torno a atributos claves de posicionamiento, y asentar indicadores que permitieran medir la evolución de la imagen país en el largo plazo.

Al igual que el 2020 y 2021, se analiza la percepción en 12 ciudades prioritarias, definidas en conjunto con nuestros principales socios estratégicos: Sao Paulo, Nueva York, Washington, Toronto, Londres, París, Madrid, Berlín, Dubái, Nueva Delhi, Shanghái y Tokio. El estudio permite medir indicadores clásicos del Nation Branding como familiaridad y favorabilidad, además de la asociación del país hacia atributos clave dentro del posicionamiento de la estrategia Chile Creando Futuro.

Algunos resultados positivos son el aumento de la asociación de Chile hacia un país sustentable y un país que fomenta el emprendimiento y la innovación respecto a 2020. Además, destaca la selección de Chile, junto con Brasil, como el principal socio dentro de Latinoamérica para invertir y hacer negocios.



ESTUDIO CUALITATIVO EN MADRID Y NUEVA YORK

Madrid y Nueva York son dos mercados claves para el posicionamiento de la Imagen de Chile, principalmente por ser foco comunicacional a nivel mundial. En este sentido, la metodología cualitativa (grupos focales) funciona muy bien como complemento a la fase cuantitativa, profundizando la comprensión de los datos, identificando los principales atributos que aportan a la configuración perceptual de la imagen país y temáticas claves para la gestión comunicacional en dos mercados clave.

Los resultados mostraron que si bien no hay altos niveles de conocimiento en torno a Chile, se reconoce su estabilidad económica, sus paisajes y sus productos como el vino y la fruta. Existe mucho interés por conocer más del país, principalmente respecto al turismo aventura, la cultura y patrimonio, y los proyectos de emprendimiento e innovación que surjan del país.



ESTUDIO CONTINGENCIA EN MERCADOS PRIORITARIOS

Este proyecto también continúa con la estructura del Estudio Longitudinal, levantando en 12 mercados prioritarios la percepción de la contingencia chilena y la imagen país. Se preguntó por el nivel de conocimiento de los últimos cambios políticos en Chile, relacionados con el nuevo cambio de gobierno y el proceso constituyente. Los resultados indican que si bien no hay un conocimiento profundo de los procesos chilenos, sí se sabe que están ocurriendo. Además, enmarcados en los procesos democráticos que los acompañan, muestran que la reputación de Chile no se ve afectada por cambios políticos.

Adicionalmente, se aprovechó la instancia y el trabajo de campo para medir el nivel de conocimiento de los principales deportistas chilenos, en donde destacaron principalmente profesionales del fútbol y del tenis. Este tipo de contenido, además de alimentar la estrategia comunicacional, contribuye al posicionamiento institucional ya que es muy atractivo para la prensa nacional.



ESTUDIO IMAGEN DE CHILE EN BOGOTÁ Y CIUDAD DE MÉXICO

Bogotá y Ciudad de México son dos ciudades que han tomado cada vez más relevancia en el ámbito turístico, cultural, y como mercados destino de diferentes proyectos chilenos que se abren al escenario internacional. Por este motivo se decidió levantar la percepción de la imagen de Chile en estos dos nuevos mercados, replicando el modelo e indicadores medidos en el Estudio Longitudinal Imagen de Chile y el cualitativo en Madrid y Nueva York (complemento metodología cuantitativa y cualitativa).

Los resultados fueron muy positivos. Se descubrió que Chile está muy bien posicionado en ambos mercados, en donde existe una percepción muy positiva respecto a la estabilidad económica y política chilena. Les parece atractivo realizar negocios con chilenos, destacando el valor de origen Chile por el resto de los otros países latinoamericanos comparados. Este proyecto tuvo una muy buena recepción en socios estratégicos y cobertura en la prensa nacional.



ESTUDIO ORGULLO CHILENO 2022

El Estudio de Orgullo Chileno lleva midiendo indicadores de orgullo nacional desde el año 2019. Además, levanta los principales temas que alimentan el relato internacional de Chile, y permite mantener una coherencia entre lo que la marca posiciona y la realidad nacional.

Este año se buscó tener una mayor representatividad nacional, permitiendo así levantar datos por cada una de las 16 regiones de Chile. Esto permite personalizar el relato según cada territorio, e identificar nuevos contenidos para el relato de la imagen de Chile.

Los resultados son positivos, ya que indican que el alto nivel de orgullo por ser chileno tiene una tendencia a recuperar sus niveles, pues había tenido una baja respecto a 2019. También aumenta el orgullo por las culturas, arte y patrimonio chileno, el sistema de elecciones democráticas, y el compromiso de Chile con el medioambiente.



Chile

MARCA CHILE

ESTADOS FINANCIEROS

CAPITULO 08

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

INFORME DEL AUDITOR INDEPENDIENTE

**Señores
Consejeros
Fundación Imagen de Chile**

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros adjuntos de Fundación Imagen de Chile, que comprenden los estados de situación financiera al 31 de diciembre de 2022 y 2021 y los correspondientes estados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas y las correspondientes notas a los estados financieros.

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

8.1

INDICE

RESPONSABILIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN POR LOS ESTADOS FINANCIEROS

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para Pyme). Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantención de un control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de estados financieros que estén exentos de representaciones incorrectas significativas, ya sea debido a fraude o error.

RESPONSABILIDAD DEL AUDITOR

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros a base de nuestras auditorías. Efectuamos nuestras auditorías de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad que los estados financieros están exentos de representaciones incorrectas significativas. Una auditoría comprende efectuar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representaciones incorrectas significativas de los estados financieros ya sea debido a fraude o error. Al efectuar estas evaluaciones de los riesgos, el auditor considera el control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de los estados financieros de la Entidad con el objeto de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero sin el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. En consecuencia, no expresamos tal tipo de opinión. Una auditoría incluye, también, evaluar lo apropiadas que son las políticas de contabilidad utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables significativas efectuadas por la Administración, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionarnos una base para nuestra opinión de auditoría.

OPINIÓN

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Fundación Imagen de Chile al 31 de diciembre de 2021 y 2020 y los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para Pyme).

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

8.2

INDICE

Estados de Situación Financiera	87	g) Ingresos percibidos	98
Estados de Resultados por Función	89	h) Arrendamientos	99
Estados de Cambios en el Patrimonio	90	i) Impuesto a las ganancias e impuestos diferidos	100
Estados de Flujos de Efectivo (Método Directo)	91		
Notas a los Estados Financieros	92	Nota 4 - Efectivo y Equivalentes al Efectivo	100
		Nota 5 - Otros Activos no Financieros	101
Nota 1 - Naturaleza de la Operación	92	Nota 6 - Propiedades, Plantas y Equipos	102
Nota 2 - Bases de Preparación	93	Nota 7 - Cuentas por Pagar Comerciales y otras Cuentas por Pagar	104
		Nota 8 - Otros Pasivos no Financieros	105
a) Declaración de cumplimiento	93	Nota 9 - Patrimonio	108
b) Aprobación de los estados financieros	93	Nota 10 - Ingresos	109
c) Período contable	93	Nota 11 - Gastos de Administración	110
d) Bases de medición	93	Nota 12 - Costos Financieros	110
e) Moneda funcional y de presentación	93	Nota 13 - Transacciones con partes relacionadas	111
f) Uso de estimaciones y juicios	93	Nota 14 - Arrendamiento Operativo	113
		Nota 15 - Contingencias	113
Nota 3 - Políticas Contables Significativas	94	Nota 16 - Hechos Económicos Significativos	114
		Nota 17 - Hechos Posteriores	114
a) Moneda extranjera y unidades de reajuste	94		
b) Instrumentos financieros	94		
c) Propiedades, plantas y equipos	95		
d) Deterioro del valor de los activos	96		
e) Provisiones y contingencias	97		
f) Beneficios a los empleados	97		

Las notas adjuntas números 1 al 17 forman parte integral de estos estados financieros.

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

ACTIVOS	Nota	2022 M\$	2021 M\$
Activo Corriente			
Efectivo y equivalentes al efectivo	(4)	874.182	1.407.993
Otros activos no financieros	(5)	1.854	791
Total activo corriente		876.036	1.408.784
Activo no Corriente			
Propiedades, plantas y equipos	(6)	9.401	17.017
Total activo no corriente		9.401	17.017
Total Activos		885.437	1.425.801

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

PASIVOS Y PATRIMONIO	Nota	2022 M\$	2021 M\$
Pasivo Corriente			
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(7)	172.972	296.221
Otros pasivos no financieros	(8)	1.294.487	12.638.027
Total pasivo corriente		1.467.459	12.934.248
Patrimonio			
Capital	(9)	1.000	1.000
Déficit acumulado		(583.022)	(11.509.447)
Total patrimonio		(582.022)	(11.508.447)
Total Pasivos y Patrimonio		885.437	1.425.801

Las notas adjuntas números 1 al 17 forman parte integral de estos estados financieros.

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCIÓN POR LOS AÑOS TERMINADOS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

ESTADO DE RESULTADO POR FUNCIÓN

	Nota	2022 M\$	2021 M\$
Ingresos por aportes Ley de Presupuesto	(10)	3.513.791	2.764.208
Ingresos COP25 Ministerio del Medio Ambiente	(10)	6.924.125	17.803.623
Ingresos donaciones privadas	(10)	1.351.898	-
Ingresos donaciones por acuerdos de colaboración	(10)	1.901.521	-
Ingresos operacionales	(10)	720	2.900
Ingresos financieros	(10)	58	6.102
Diferencia de cambio	(10)	(12.299)	3.619
Gastos de administración	(11)	(2.751.897)	(10.604.445)
Costos financieros	(12)	(1.492)	(1.433)
Resultado antes de impuesto a las ganancias		<u>10.926.425</u>	<u>9.974.574</u>
Resultado por impuesto a las ganancias		-	-
Ganancia		<u>10.926.425</u>	<u>9.974.574</u>

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL

Ganancia	10.926.425	9.974.574
Otros resultados integrales	-	-
Total resultado Integral	<u>10.926.425</u>	<u>9.974.574</u>

ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

	Nota	Capital M\$	Déficit Acumulado M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2022	(9)	1.000	(11.509.447)	(11.508.447)
Ganancia		-	10.926.425	10.926.425
Saldos al 31 de diciembre de 2022		1.000	(583.022)	(582.022)
Saldo inicial al 1 de enero de 2021	(9)	1.000	(21.484.022)	(21.483.022)
Ganancia		-	9.974.574	9.974.574
Saldos al 31 de diciembre de 2021		1.000	(11.509.447)	(11.508.447)

Las notas adjuntas números 1 al 17 forman parte integral de estos estados financieros.

ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO (MÉTODO DIRECTO) POR LOS AÑOS TERMINADOS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

	2022 M\$	2021 M\$
FLUJO DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
Ingresos percibidos por aportes Ley de presupuesto	2.658.842	2.546.785
Ingresos percibidos COP25 MMA	-	7.247.732
Ingresos por acuerdos de colaboración	-	1.101.624
Ingresos otros convenios	70.000	-
Otros (gastos) ingresos	(11.521)	12.621
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(1.933.576)	(9.778.731)
Devolución recursos COP25 MMA	(115.561)	(135.823)
Devolución acuerdos de colaboración	(250.250)	-
Devolución recursos donaciones privadas	(2.890)	(55.723)
Devolución recursos Convenio Direcon y Prochile	(26.995)	(590.030)
Otros (pagos) ingresos por actividades de operación	(102.648)	140.036
Pagos a y por cuenta de los empleados	(819.212)	(825.714)
Flujo de efectivo neto utilizado en actividades de la operación	<u>(533.811)</u>	<u>(337.223)</u>
Disminución neta en el Efectivo y Equivalente al Efectivo	(533.811)	(337.223)
Efectivo y Equivalente al Efectivo al Principio del Ejercicio	1.407.993	1.745.216
Efectivo y Equivalente al Efectivo al Final del Ejercicio	<u>874.182</u>	<u>1.407.993</u>

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 1 - NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

Fundación Imagen de Chile (en adelante la "Fundación") es una persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro que nace como tal el día 8 de mayo del año 2009 con domicilio en Chile. La dirección de sus oficinas es Monjitas N°392, piso 15.

La Fundación fue creada para promocionar al país en el exterior y mostrarlo a través de un mensaje único y coherente en el largo plazo, independiente al sector o rubro desde el cual se emitan mensajes. La misión de la Fundación es "Promover una imagen de Chile que contribuya a reforzar el posicionamiento competitivo del País en el mundo".

A la fecha, la Fundación recibe financiamiento público para poder cumplir con su misión mediante una asignación presupuestaria contenida en la Ley de Presupuesto Nacional del Gobierno de Chile. Los recursos son transferidos a la Fundación a través de un convenio celebrado con ProChile, continuadora y sucesora de DIRECON.

Durante el año 2019, a través de la Ley N° 21.157 de fecha 24 de abril del 2019, se designa a la Fundación Imagen de Chile, para llevar a cabo la organización y ejecución de la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático, en adelante "COP25", a realizarse en nuestro país, y de las actividades preparatorias que sean necesarias para su materialización. Sin embargo, la realización de la COP25 en Santiago fue cancelada con fecha 30 de octubre de 2019 por motivos de fuerza mayor.

Posteriormente, con fecha 14 de diciembre de 2021, se aprueba el convenio de transferencias de recursos entre el Ministerio del Medio Ambiente y Fundación Imagen de Chile por Resolución Afecta N°6 con toma de razón de la Contraloría General de la República el 29 de diciembre de 2021. Dicho instrumento, tiene por objeto financiar el gasto que Fundación Imagen de Chile deberá pagar a la Productora encargada de la organización de la COP25 en Chile, GL Events, determinado en las resoluciones arbitrales - y de los gastos que se originen de su cumplimiento así como de los gastos operacionales y financieros asociados al mismo proceso y de los gastos de cierre derivados de la cancelación de la COP25.

El proceso anteriormente mencionado, finalizó con la emisión de la resolución arbitral en la que se determinó que Fundación Imagen de Chile deberá pagar un total de US\$9.209.679 IVA incluido, equivalente a \$6.769.574.549 según el tipo de cambio a 735,05 al 30 de octubre de 2019, fecha de terminación anticipada del contrato. Lo anterior equivale a haber pagado el 86,2% del total del contrato pactado. Fundación Imagen de Chile procedió al pago indicado con fecha 4 de enero de 2022 dando así por finalizada la participación de la Fundación Imagen de Chile en la COP25.

Amparado en la Ley N° 21.157, se reciben otros recursos clasificados como "Donaciones Privadas", que consideran aporte de ONU Medio Ambiente, CEPAL, PNUMA, Consejo Minero, Engie y Aguas Andinas. Los cuales también fueron aprobados y sus saldos no ejecutados devueltos durante el año 2022.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 2 - BASES DE PREPARACIÓN

A) DECLARACIÓN DE CUMPLIMIENTO

Estos estados financieros han sido preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para Pyme).

B) APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Estos estados financieros fueron aprobados por el Consejo y autorizados para su publicación con fecha XX de agosto de 2023.

C) PERÍODO CONTABLE

Los estados financieros muestran el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2022 y 2021, y los estados de cambios en el patrimonio, de resultados integrales por Función y de flujos de efectivo por los ejercicios terminados a esas fechas.

D) BASES DE MEDICIÓN

Los estados financieros han sido preparados sobre la base del modelo del costo histórico, a excepción de aquellas partidas que han sido medidas por su valor razonable de acuerdo con NIIF para Pyme.

E) MONEDA FUNCIONAL Y DE PRESENTACIÓN

Estos estados financieros son presentados en pesos chilenos, que es la moneda funcional de la Fundación. Toda la información es presentada en miles de pesos y ha sido redondeada a la unidad más cercana (M\$).

F) USO DE ESTIMACIONES Y JUICIOS

La preparación de los estados financieros de acuerdo con las NIIF para Pyme requiere que la Administración realice juicios, estimaciones y supuestos que afectan la aplicación de las políticas contables y los montos de activos, pasivos, ingresos y gastos informados. Los resultados reales pueden diferir de estas estimaciones. Las estimaciones y supuestos relevantes son revisados regularmente. Las revisiones de las estimaciones contables son reconocidas en el período en que la estimación es revisada y en cualquier período futuro afectado.

La información sobre las áreas más significativas de estimación de incertidumbres y juicios críticos en la aplicación de políticas contables que tienen el efecto más significativo sobre el monto reconocido en los estados financieros se describe a continuación:

- Vida útil de las propiedades, plantas y equipos.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 3 - POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS

Las políticas contables establecidas más adelante han sido aplicadas consistentemente en todos los períodos presentados en los presentes estados financieros, a menos que se indique lo contrario.

A) MONEDA EXTRANJERA Y UNIDADES DE REAJUSTE

Las transacciones en monedas extranjeras y unidades reajustables son registradas al tipo de cambio de la respectiva moneda o unidad de reajuste en la fecha en que la transacción cumple con los requisitos para su reconocimiento inicial y por los años terminados en esas fechas.

Las partidas no monetarias que son valorizadas al costo histórico en una moneda extranjera se convierten a la tasa de cambio a la fecha de la transacción, y los activos y pasivos no monetarios denominados en monedas extranjeras que son valorizados al valor razonable, son reconvertidos a la moneda funcional a la tasa de cambio a la fecha en que se determinó el valor razonable. Las diferencias de cambio originadas, tanto en la liquidación de operaciones en moneda extranjera, como en la valorización de los activos y pasivos monetarios en moneda extranjera, se incluyen en el estado del resultado en el rubro Diferencias de Cambio, en tanto las diferencias originadas por los cambios en la Unidad de Fomento (U.F.) se presentan en el rubro Resultados por unidad de reajuste. Al cierre de cada estado financiero, los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera y unidad reajutable son traducidos al tipo de cambio vigente de la respectiva moneda o unidad de reajuste. Los tipos de cambio de las principales monedas extranjeras y unidad reajutable utilizadas en la preparación de los estados financieros, son los siguientes:

Unidad de medida	2022	2021
	\$	\$
Unidad de Fomento	35.110,98	30.991,74
Dólar	855,86	844,69

B) INSTRUMENTOS FINANCIEROS

La Fundación reconoce un activo o un pasivo financiero cuando se obliga o compromete con las cláusulas contractuales del mismo. Los activos y pasivos financieros son registrados al precio de la transacción (incluyendo los costos de transacción excepto en la medición inicial de los activos y pasivos financieros que se miden al valor razonable con cambios en resultados). Posterior al reconocimiento inicial, los activos y pasivos financieros que se clasifican como activos corrientes y pasivos corrientes se valorizan al importe no descontado del efectivo u otra contraprestación que se espera pagar o recibir a menos que el acuerdo constituya, en efecto, una transacción de financiación.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 3 - POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS (CONTINUACIÓN)

B) INSTRUMENTOS FINANCIEROS (CONTINUACIÓN)

Los activos y pasivos financieros, cuando aplique, son compensados y el monto neto presentado en el estado de situación financiera cuando la Fundación cuenta con un derecho legal para compensar los montos y tiene el propósito de liquidar sobre una base neta o de realizar el activo y liquidar el pasivo simultáneamente.

Los instrumentos financieros están compuestos de efectivo y equivalente al efectivo, deudores comerciales, y cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar.

C) PROPIEDADES, PLANTAS Y EQUIPOS

Las partidas de propiedades, plantas y equipos se miden al costo menos la depreciación acumulada y las eventuales pérdidas por deterioro del valor acumuladas. El costo incluye los desembolsos que son directamente atribuibles a la adquisición y a la ubicación del activo en el lugar y en las condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la Administración.

La depreciación de las propiedades, plantas y equipos es calculada linealmente basada en la vida útil estimada de los bienes menos su valor residual estimado.

Las vidas útiles estimadas para los períodos actuales y comparativos de las partidas significativas de propiedades, plantas y equipos, son las siguientes:

Concepto	Vida Útil (Meses)
Remodelaciones	72
Instalaciones eléctricas, voz y datos	60
Equipos computacionales	36
Muebles y útiles	36

De existir algún indicio de que se ha producido un cambio significativo en el método de depreciación, vida útil o valor residual de los elementos de propiedades, plantas y equipos, se revisan tales estimaciones y cualquier cambio se reconoce de forma prospectiva.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 3 - POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS (CONTINUACIÓN)

D) DETERIORO DEL VALOR DE LOS ACTIVOS

I) ACTIVOS FINANCIEROS

Al final de cada período sobre el cual se informa, la Fundación evalúa si existe evidencia objetiva de deterioro de cualquier activo financiero que está valorizado al costo o al costo amortizado.

Un activo financiero está deteriorado si existe evidencia objetiva de deterioro como consecuencia de uno o más eventos de pérdida ocurridos después del reconocimiento inicial del activo, y ese o esos eventos de pérdida han tenido un efecto negativo en los flujos de efectivo futuros del activo que puede estimarse de manera fiable.

Si existe evidencia objetiva de deterioro, la Fundación reconoce inmediatamente una pérdida por deterioro. Para un instrumento medido al costo, la pérdida por deterioro es la diferencia entre el importe en libros del activo y la mejor estimación del importe que la Entidad recibiría por el activo en la fecha sobre la que se informa.

Si en un período posterior, el monto de una pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser relacionada objetivamente con un hecho posterior al reconocimiento del deterioro, se procede a revertir la pérdida por deterioro reconocida previamente.

II) PROPIEDADES, PLANTAS Y EQUIPOS

La Fundación en cada fecha sobre la que se informa, revisa las propiedades, plantas y equipos para determinar si existen indicios de que esos activos han sufrido una pérdida por deterioro de valor.

Si existen indicios de un posible deterioro de valor, se estima y compara el monto recuperable de cualquier activo afectado (o unidad generadora de efectivo a la que el activo pertenece) con su valor libro. El importe recuperable de un activo o de una unidad generadora de efectivo es el mayor entre su valor razonable menos los costos de venta y su valor en uso. Si el monto recuperable estimado es inferior al valor libro, se reduce el valor libro del activo al valor recuperable estimado, y se reconoce una pérdida.

Si en un período posterior, el monto de una pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser relacionada objetivamente con un hecho posterior al reconocimiento del deterioro, se procede a revertir la pérdida por deterioro reconocida previamente.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 3 - POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS (CONTINUACIÓN)

E) PROVISIONES Y CONTINGENCIAS

I) PROVISIONES

Las obligaciones presentes (legales o implícitas) existentes a la fecha de los presentes estados financieros, surgidas como consecuencia de sucesos pasados de los que pueden derivarse perjuicios patrimoniales de probable materialización para la Fundación, cuyo monto y momento de pago son inciertos, se registran en el estado de situación financiera como provisiones por el valor actual del monto más probable que se estima que la Fundación tendrá que desembolsar para pagar la obligación.

Las provisiones se cuantifican teniendo en consideración la mejor información disponible en la fecha de la emisión de los estados financieros, sobre las consecuencias del suceso y son reestimadas en cada cierre contable posterior.

II) ACTIVOS Y PASIVOS CONTINGENTES

Un activo y pasivo contingente se revela en nota a los estados financieros sólo cuando es probable o posible un flujo de beneficios económicos.

F) BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS

Se reconoce una obligación por el monto que se espera pagar si la Fundación posee una obligación legal o implícita actual de pagar este monto como resultado de un servicio ya prestado por el empleado y la obligación puede ser estimada con fiabilidad. Las obligaciones por beneficios a los empleados a corto plazo son medidas en base no descontada y son reconocidas como gastos a medida que el servicio relacionado se provee.

La Fundación reconoce el gasto por vacaciones del personal sobre base devengada. Este beneficio corresponde a todo el personal y equivale a un importe fijo según los contratos particulares de cada trabajador. Este beneficio es registrado de acuerdo con las remuneraciones del personal.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 3 - POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS (CONTINUACIÓN)

G) INGRESOS PERCIBIDOS

Los ingresos de la Fundación incluyen las donaciones recibidas de privados y subvenciones provenientes de instituciones públicas y aportes internacionales a través de acuerdos de Colaboración.

I) SUBVENCIONES DEL GOBIERNO

La Fundación reconoce ingresos por subvenciones de gobierno, los cuales corresponden a fondos que se reciben como transferencias de recursos por medio de un Convenio, en contrapartida al cumplimiento, futuro o pasado, de ciertas condiciones relacionadas con las actividades de operación de la Fundación.

Durante el año 2022, se transfirieron recursos públicos provenientes de ProChile para las operaciones normales de la Fundación, y recursos de la Subsecretaría de las Culturas y las Artes, denominado convenio MINCAP.

Debido, a que los convenios suscritos imponen condiciones de rendimientos futuros específicos sobre la Fundación, se reconoce como ingreso sólo cuando se cumplen las condiciones de rendimiento exigidas por el Gobierno, por lo tanto, si las subvenciones son recibidas antes de satisfacer las condiciones, corresponde reconocer contablemente un ingresos diferidos, registrados como pasivos no financieros en el estado de situación financiera hasta satisfacer los requisitos antes descritos.

Tanto las subvenciones provenientes del gobierno como los aportes privados se miden al valor razonable del activo recibido o por recibir.

II) DONACIONES PRIVADAS

Acorde a lo señalado en la Ley N°21.157, publicada con fecha 24 de abril del año 2019, que “Establece el Financiamiento, Regula la Ejecución y Dicta Otras Normas para la Implementación de la Conferencia Internacional para el Cambio Climático denominada COP25”, y al Convenio Marco de Colaboración entre el Ministerio de Medio Ambiente y la Fundación, firmado con fecha 14 de agosto del 2019, que “Establece las disposiciones aplicables y regula la organización y ejecución de la COP25 en lo que se refiere a donaciones de recursos, bienes y servicios que la Fundación reciba para dichos efectos”.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 3 - POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS (CONTINUACIÓN)

G) INGRESOS PERCIBIDOS (CONTINUACIÓN)

III) ACUERDOS DE COLABORACIÓN

En el marco de la presidencia de Chile COP25, Fundación Imagen de Chile, en colaboración con la Oficina de Asuntos Internacionales del Ministerio del Medio Ambiente, suscribió Acuerdos de Colaboración con La Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL), y con El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (ONU Medio Ambiente). De esta manera, la Fundación recibió recursos de dichas entidades con el objetivo de contribuir a la organización y ejecución de la conferencia de las partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas para el Cambio Climático, y apoyar a Chile en la presidencia de esta cumbre, la cual se mantuvo hasta el traspaso a Glasgow el 30 de noviembre de 2021.

Al igual que en el caso de los recursos públicos, La Fundación, reconoce los ingresos cuando el importe de estos se puede valorizar con fiabilidad, y se cumplan las condiciones establecidas en los diferentes acuerdos con privados, tanto para el caso de Donaciones Privadas como acuerdos de Colaboración, es decir, cuando ellas son debidamente aprobadas.

H) ARRENDAMIENTOS

Si un arrendamiento es financiero u operativo dependerá de la esencia de la transacción y no de la forma del contrato. Los arrendamientos se clasifican como financieros, siempre que los términos del arrendamiento transfieran sustancialmente todos los riesgos y las ventajas inherentes a la propiedad del activo arrendado. Todos los demás arrendamientos se clasifican como operativos. Los contratos de servicios que transfieren el derecho a utilizar un activo desde una contraparte a otra se clasifican como arrendamientos financieros si se transfieren sustancialmente todos los riesgos y las ventajas inherentes a la propiedad del activo.

I) ARRENDAMIENTO FINANCIERO

Se reconocen los derechos de uso y obligaciones financieras bajo un arrendamiento financiero por el importe que iguale el valor razonable del bien arrendado, o al valor presente de los pagos mínimos por el arrendamiento, si éste fuera menor, determinados al inicio del arrendamiento. Cualquier costo directo inicial (costos incrementales que se atribuyen directamente a la negociación y acuerdo del arrendamiento) se incorporan al importe inicial reconocido como activo.

II) ARRENDAMIENTO OPERATIVO

La Fundación posee contratos clasificados como arrendamientos operacionales y por lo tanto, no son reconocidos en el estado de situación financiera. Los pagos por este concepto se cargan en el estado de resultados sobre una base lineal durante el período del arrendamiento.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 3 - POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS (CONTINUACIÓN)

I) IMPUESTO A LAS GANANCIAS E IMPUESTOS DIFERIDOS

Por regla general la Fundación no determina impuesto a la renta, debido a que sus ingresos corresponden a aportes del estado y privados, los que de acuerdo con el Artículo N°17 de la Ley de la Renta, se encuentran exentos del pago del tributo, sin embargo, determinará impuesto a la renta por los ingresos obtenidos, distintos a los aportes del estado y privados.

La Fundación no reconoce activos ni pasivos por impuestos diferidos ya que no presenta diferencias de impuestos temporales por la estimación futura de los efectos tributarios atribuibles a diferencias entre los valores contables de los activos y pasivos y sus valores tributarios, ya que no está afecta al pago de impuesto renta.

Pero para aquellos ingresos que no son aportes provenientes de donaciones tanto del estado como de privados, el resultado por impuesto a las ganancias del ejercicio resulta de la aplicación del tipo de gravamen sobre la base imponible del ejercicio, una vez aplicadas las deducciones que tributariamente son admisibles, más la variación de los activos y pasivos por impuestos diferidos y créditos tributarios, tanto por pérdidas tributarias como por deducciones.

Las diferencias entre el valor contable de los activos y pasivos y su base tributaria generan los saldos de impuestos diferidos de activo o de pasivo, que se calculan utilizando las tasas impositivas que se espera estén en vigor cuando los activos y pasivos se realicen. El impuesto a las ganancias, cuando aplique, se determina sobre base devengada, de conformidad a las disposiciones tributarias vigentes, si corresponde.

NOTA 4 - EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO

LA COMPOSICIÓN DE ESTE RUBRO, ES LA SIGUIENTE:

CONCEPTOS	Moneda	2022 M\$	2021 M\$
Efectivo en caja	CLP	34	200
Banco Estado	CLP	874.148	1.407.793
Total		874.182	1.407.993

El saldo de Bancos está compuesto por dineros en cuentas corrientes bancarias y su valor libro es igual al valor razonable, cuya naturaleza se encuentra sin restricción de ejecución al 31 de diciembre de 2022 y 2021.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 5 - OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS

LA COMPOSICIÓN DE ESTE RUBRO, ES LA SIGUIENTE:

CONCEPTOS	2022 M\$	2021 M\$
Anticipo a proveedores	726	791
Cuentas por cobrar colaboradores Fich	<u>1.128</u>	<u>-</u>
Total	<u>1.854</u>	<u>791</u>

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 6 - PROPIEDADES, PLANTAS Y EQUIPOS

LOS MOVIMIENTOS DE BIENES DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPOS, ES EL SIGUIENTE:

Al 31 de diciembre de 2022

Descripción	Remodelaciones	Muebles y Útiles	Equipos Computacionales y Leasing	Total Propiedades, Planta y Equipos
	M\$	M\$	M\$	M\$
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS, VALOR BRUTO				
Saldo inicial al 1 de diciembre de 2022	179.793	21.148	106.061	307.002
Adiciones	-	-	3.850	3.850
Total propiedades, plantas y equipos bruto	179.793	21.148	109.911	310.852
DEPRECIACIÓN ACUMULADA				
Saldo inicial al 1 de diciembre de 2022	(179.793)	(20.480)	(89.712)	(289.985)
Depreciación del ejercicio	-	(173)	(11.293)	(11.466)
Total depreciación acumulada	(179.793)	(20.653)	(101.005)	(301.451)
Total propiedades, plantas y equipos neto	-	495	8.906	9.401

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

Al 31 de diciembre de 2021

Descripción	Remodelaciones	Muebles y Útiles	Equipos Computacionales y Leasing	Total Propiedades, Planta y Equipos
	M\$	M\$	M\$	M\$
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS, VALOR BRUTO				
Saldo inicial al 1 de diciembre de 2021	179.793	21.148	102.756	303.697
Adiciones	-	-	3.305	3.305
Total propiedades, plantas y equipos bruto	179.793	21.148	106.061	307.002
DEPRECIACIÓN ACUMULADA				
Saldo inicial al 1 de diciembre de 2021	(179.793)	(19.931)	(84.057)	(283.781)
Depreciación del ejercicio	-	(549)	(5.655)	(6.204)
Total depreciación acumulada	(179.793)	(20.480)	(89.712)	(289.985)
Total propiedades, plantas y equipos neto	-	668	16.349	17.017

Al cierre de los ejercicios 2022 y 2021 la Fundación ha efectuado una revisión de los indicadores internos y externos de deterioro, determinando que no existen indicios que los bienes de propiedades, plantas y equipos se encuentren deteriorados.

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, la Fundación no tiene restricción de titularidad ni garantías para el cumplimiento de obligaciones que afecten a los bienes de propiedades, plantas y equipos.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 7 - CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR

LA COMPOSICIÓN DE ESTE RUBRO, ES LA SIGUIENTE:

CONCEPTOS	2022 M\$	2021 M\$
Proveedores por pagar	61.914	72.051
Honorarios por pagar	3.672	15.248
Retenciones por pagar	15.946	12.934
Vacaciones del personal (a)	37.873	44.483
Facturas por recibir	53.525	147.997
Otros	42	3.508
Total	<u>172.972</u>	<u>296.221</u>

A) EL MOVIMIENTO DE LA PROVISIÓN DE VACACIONES ES EL SIGUIENTE:

MOVIMIENTOS	VACACIONES M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2022	44.483
Provisión utilizada	(40.722)
Incremento provisión	34.112
Saldo final al 31 de marzo de 2022	<u>37.873</u>

MOVIMIENTOS	VACACIONES M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2021	40.015
Provisión utilizada	(7.557)
Incremento provisión	12.025
Saldo final al 31 de diciembre de 2021	<u>44.483</u>

Beneficios por terminación

Durante los años 2022 y 2021, se efectuaron desvinculaciones aplicando las causales indicadas en el Código del Trabajo. El gasto reconocido por este concepto fue de M\$20.050 y M\$7.557, respectivamente, financiado por las subvenciones con cargo a la ley de Presupuesto del año en curso.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 8 - OTROS PASIVOS NO FINANCIEROS

A) LA COMPOSICIÓN DE ESTE RUBRO, ES LA SIGUIENTE:

CONCEPTOS	2022 M\$	2021 M\$
Convenio operacional MMA (Proyecto COP25) (b)	-	7.039.686
Convenio donaciones privadas (c)	-	1.354.788
Convenio acuerdos colaboración (d)	-	2.137.122
Convenio operacional ProChile 22 -21 (e)	1.224.487	2.106.431
Convenio operacional MINCAP (f)	70.000	-
Total	<u>1.294.487</u>	<u>12.638.027</u>

La Fundación recibe anualmente financiamiento público mediante la Ley de Presupuesto de la Nación, el que es aprobado por el Congreso Nacional. La transferencia de fondos se realiza a través de ProChile. Dentro de los pasivos no financieros, se consideran las subvenciones y donaciones que a la fecha de cierre de cada año se han recibido y/o rendiciones que si bien se encuentran ejecutadas, a la fecha de cierre se encuentran pendientes de aprobación por parte de las instituciones otorgantes de los fondos.

Existe un desfase de tiempo normal entre el cierre contable del año y el registro de las rendiciones de los desembolsos que son contabilizados mensualmente como ingresos, debido a que su aprobación formal por parte de ProChile, sucede posterior al cierre de año.

B) EL MOVIMIENTO DE LOS APORTES Y RENDICIONES CON EL MMA CORRESPONDE A:

De acuerdo con la RA N°3 de la Contraloría General de la República, tomada razón el 27 de mayo de 2019, se aprueba convenio de transferencia entre el Ministerio de Medio Ambiente y la Fundación Imagen de Chile para la organización y ejecución de COP25, así como también el desarrollo de las actividades preparatorias necesarias para la materialización del mismo.

Con el objeto de financiar aquellos gastos asociados al proceso de término anticipado del evento y la realización de la COP 25 en España, el Ministerio del Medio Ambiente celebró un nuevo convenio de transferencia para el año 2020 el cual, fue aprobado por RE N°1474 del 31 de diciembre de 2020, a fin de cumplir con las obligaciones contraídas por la Fundación respecto de terceros, sumado a los costos de participación de Chile en Madrid y el arbitraje con la productora francesa GL Events, al no llegar a un acuerdo satisfactorio para ambas partes con la cancelación de la COP25.

Con fecha 14 de diciembre de 2021, se aprueba tercer convenio de transferencias de recursos entre el Ministerio del Medio Ambiente y Fundación Imagen de Chile por RA N°6 con toma de razón el 29 de diciembre de 2021. Dicho instrumento, tiene por objeto financiar el gasto que Fundación Imagen de Chile deberá pagar a GL Chile determinado en la o las resoluciones arbitrales - y de los gastos que se originen de su cumplimiento así como de los gastos operacionales y financieros asociados al mismo proceso y de los gastos de cierre derivados de la cancelación de la COP25.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

La Subsecretaría del Medio Ambiente ha aprobado todas las rendiciones pendientes de la COP25 mediante los cierres administrativos correspondientes a los convenios de los años 2019, 2020 y 2021. Esta aprobación se ha realizado mediante tres cartas individuales: la carta N° 220725 que aprueba la rendición del año 2019, la carta N°220724 que aprueba la rendición del año 2020, y la carta N°220723 que aprueba la rendición del año 2021. Todas estas cartas están fechadas el 28 de febrero de 2022. En consecuencia, no quedan rendiciones pendientes por aprobar.

CONVENIO COP25 MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE (MMA)

	2022 M\$	2021 M\$
Saldo inicial	7.039.686	17.731.400
Aportes recibidos	-	7.247.732
Rendiciones aprobadas	(6.924.125)	(17.803.623)
Devoluciones realizadas	(115.561)	(135.823)
Saldo final	<u>-</u>	<u>7.039.686</u>

C) EL MOVIMIENTO DE LOS APORTES Y RENDICIONES POR APORTES PRIVADOS CORRESPONDE A:

Durante el año 2020 se reciben recursos de Donaciones Privadas con la finalidad de apoyar la ejecución de la COP25, el informe final con el resumen consolidado de los ingresos y gastos realizados con cargo a los fondos donados fue entregado al Ministerio del Medio Ambiente el 8 de marzo de 2022, siendo despachado el mismo día a la Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda dando así por aprobado los requerimientos establecidos en la Ley 21.157 de 2019.

APORTES PRIVADOS	2022 M\$	2021 M\$
Saldo inicial	1.354.788	1.410.511
Aportes recibidos	-	-
Rendiciones aprobadas	(1.351.898)	-
Devoluciones realizadas	(2.890)	(55.723)
Saldo Final	<u>-</u>	<u>1.354.788</u>

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

D) EL MOVIMIENTO DE LOS CONVENIOS DE COLABORACIÓN, CORRESPONDE A:

Durante los años 2020 y 2021 la Fundación recibe aportes financieros de la Unión Europea a través de los convenios de colaboración firmados con CEPAL y PNUMA para apoyar la Presidencia de Chile en la COP25, los cuales se implementaron hasta que Chile dejó la Presidencia de la COP25 en noviembre de 2021, el informe final con el resumen consolidado de los ingresos y gastos realizados con cargo a los fondos donados fue entregado al Ministerio del Medio Ambiente el 8 de marzo de 2022, siendo despachado el mismo día a la Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda dando así por aprobado los requerimientos establecidos en la Ley 21.157 de 2019.

Aportes Acuerdos de Colaboración	2022 M\$	2021 M\$
Saldo inicial CEPAL	1.892.382	1.026.538
Saldo inicial ONU Medio Ambiente	8.960	8.960
Saldo inicial PNUMA	235.780	-
Reajuste PNUMA (*)	14.649	-
Aportes recibido CEPAL	-	865.844
Aportes recibidos PNUMA	-	235.780
Devoluciones CEPAL	(215.745)	-
Devoluciones PNUMA (***)	(34.505)	-
Aprobaciones CEPAL	(1.676.637)	-
Aprobaciones ONU Medio Ambiente	(8.960)	-
Aprobaciones PNUMA (**)	(215.924)	-
Saldo final al 31 de diciembre	<u>-</u>	<u>2.137.122</u>

(*) Se reajustan los fondos por rendir de PNUMA, dado que se encuentra en dólares.

(**) Las Aprobaciones PNUMA se determinaron con un tipo de cambio promedio de \$800

(***) La devolución PNUMA realizada el 01 de julio de 2022 fue de USD \$ 37.019,46 al tipo de cambio de \$932,08.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 8 - OTROS PASIVOS NO FINANCIEROS (CONTINUACIÓN)

E) EL MOVIMIENTO DE LOS APORTES Y RENDICIONES CON PROCHILE, CORRESPONDE A:

Convenio DIRECON y ProChile	2022 M\$	2021 M\$
Saldo inicial	2.106.431	2.913.884
Aportes recibidos	2.658.842	2.546.785
Rendiciones aprobadas convenios	(3.513.791)	(2.764.208)
Devoluciones realizadas	<u>(26.995)</u>	<u>(590.030)</u>
Saldo Final	<u>1.224.487</u>	<u>2.106.431</u>

F) CONVENIO MINCAP

De acuerdo con la resolución exenta N° 2268, de fecha 17 de octubre de 2022, se aprueba convenio de colaboración entre la Fundación Imagen de Chile y la Subsecretaría de las Culturas y las Artes del Ministerio de las Culturas, Las Artes y el Patrimonio por un monto de \$ 70.000.000. Al 31 de diciembre de 2022, estos fondos se encuentran en su mayoría ejecutados y en proceso de rendición de cuentas y de pago de impuestos.

NOTA 9 - PATRIMONIO

A) CAPITAL

LA COMPOSICIÓN DE ESTE RUBRO, ES LA SIGUIENTE:

CONCEPTOS	2022 M\$	2021 M\$
Aportes (a)	1.000	1.000
Total	<u>1.000</u>	<u>1.000</u>

(a) La Fundación, para atender a sus fines se dispuso de un patrimonio inicial de un millón de pesos que fue aportado y enterado por los constituyentes a la caja de la Fundación, según los estatutos de La Fundación.

B) DÉFICIT PATRIMONIAL

Producto que la Fundación recibe durante el año financiamiento público y privado, se ocasiona un desfase de tiempo entre el cierre contable del año y el registro de las rendiciones de los desembolsos que son contabilizados mensualmente como Gasto de Administración y que posteriormente estos sean oportunamente aprobados por ProChile para que sean reconocidos como Ingreso. Como resultado de la naturaleza y oportunidad en el registro de los ingresos y gastos de la Fundación, es que se genera al 31 de diciembre de 2022 y 2021 un resultado acumulado negativo.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 10 - INGRESOS

10.1) INGRESOS POR APORTES LEY DE PRESUPUESTOS

LOS INGRESOS OBTENIDOS POR LA FUNDACIÓN, SON LOS SIGUIENTES:

CONCEPTOS	2022 M\$	2021 M\$
Convenio operacional ProChile 22	1.434.356	-
Convenio operacional ProChile 21	2.079.435	440.352
Convenio operacional ProChile 20	-	1.649.844
Convenio operacional ProChile 19	-	654.012
Convenio operacional DIRECON 17	-	20.000
Total	<u>3.513.791</u>	<u>2.764.208</u>
Convenio operacional COP25 MMA	6.924.125	17.803.623
Convenio Donaciones Privadas	<u>3.253.418</u>	-
Total	<u>13.691.334</u>	<u>20.567.831</u>

Las subvenciones del gobierno son transferidas por medio de un convenio que es aprobado y tomado de razón por la Contraloría General de la República. La Fundación realiza la correspondiente rendición de fondos a ProChile, y en la medida que estos son aprobados por esta Entidad se reconocen como Ingresos en el estado de resultados.

Para el caso del convenio aprobado entre el Ministerio del Medio Ambiente y La Fundación (RA N° 4), una vez transferidos los recursos, mensualmente La Fundación realiza rendiciones de gastos al Ministerio, y en la medida que estos gastos son aprobados, se reconocen como Ingresos en el estado de resultados.

10.2) OTROS INGRESOS

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, se registraron las siguientes situaciones:

CONCEPTOS	2022 M\$	2021 M\$
Venta material fotográfico	720	2.900
Ingresos financieros	58	6.102
(Pérdida) ganancia por diferencia de cambio, neta	<u>(12.299)</u>	<u>3.619</u>
Total	<u>(11.521)</u>	<u>12.621</u>

(a) Resultados por Diferencia de Cambio: La fundación mantenía un fondo en administración de PNUMA y otras cuentas menores, en dólares, que a la fecha de cierre de los presentes estados financieros, generaron resultados por diferencia de cambio.

Las notas adjuntas números 1 al 17 forman parte integral de estos estados financieros.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 11 - GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

LA COMPOSICIÓN DE ESTE RUBRO, ES LA SIGUIENTE:

CONCEPTOS	2022	2021
	M\$	M\$
Remuneraciones	819.212	825.714
Traslados	105.816	31.960
Gastos fijos	355.591	433.686
Garantía	11.812	37.729
Honorarios	57.211	453.671
Asesorías	274.027	362.461
Gastos producción COP25	-	6.769.574
Gastos área marketing	308.438	945.345
Gastos área de comunicaciones	721.404	619.232
Gastos área de estudios	98.386	125.073
Total	<u>2.751.897</u>	<u>10.604.445</u>

NOTA 12 - COSTOS FINANCIEROS

LA COMPOSICIÓN DE ESTE RUBRO, ES LA SIGUIENTE:

CONCEPTOS	2022	2021
	M\$	M\$
Comisiones bancarias	1.492	1.433
Total	<u>1.492</u>	<u>1.433</u>

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 13 - TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS

LA FUNDACIÓN RECONOCE LAS TRANSACCIONES CON EL PERSONAL GERENCIAL, ASOCIADA AL GASTO POR CONCEPTO DE REMUNERACIONES MENSUALES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y 2021, EL CUAL SE DESGLOSA DE LA SIGUIENTE MANERA:

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022

CARGO	Sueldo Base	Asignación Colación	Asignación Movilización	Total Remuneración Bruta
	M\$	M\$	M\$	M\$
Directora Ejecutiva (*)	6.423	20	10	6.453
Director de Administración y Control de Gestión	5.628	20	10	5.658
Directora de Alianzas Estratégicas	3.371	20	10	3.401
Director de Arte y Producción	4.370	20	10	4.400
Directora de Marketing y Contenidos	5.894	20	10	5.924
Directora de Comunicaciones Integrales (**)	4.000	20	10	4.030
Total remuneraciones	29.686	120	60	29.866

(*) El cargo de Directora Ejecutiva se mantuvo hasta el 26 de septiembre del mismo año. Posteriormente, en enero del 2023, hubo una nueva designación de Directora Ejecutiva para la Fundación Imagen de Chile.

(**) El cargo de Directora de Comunicaciones Integrales se mantuvo hasta el 12 de septiembre de 2022. Al 31 de diciembre de 2022, el cargo de Directora de Comunicaciones Integrales se encuentra vacante.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 13 - TRANSACCIONES CON PARTES RELACIONADAS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021

CARGO	Sueldo Base	Asignación Colación	Asignación Movilización	Total Remuneración Bruta
	M\$	M\$	M\$	M\$
Directora Ejecutiva	6.423	20	10	6.453
Director de Administración y Control de Gestión	5.628	20	10	5.658
Directora de Alianzas Estratégicas	3.371	20	10	3.401
Director de Arte y Producción	4.370	20	10	4.400
Directora de Marketing y Contenidos	5.894	20	10	5.924
Directora de Comunicaciones Integrales	4.000	20	10	4.030
Total remuneraciones	29.686	120	60	29.866

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 14 - ARRENDAMIENTO OPERATIVO

El gasto por arrendamiento operativo reconocido en resultados corresponde al arriendo de oficinas, equipos computacionales e impresoras para desarrollar las actividades de la Fundación. Al 31 de diciembre de 2022 y 2021 el gasto asciende a M\$ 7.240 y M\$ 40.942, respectivamente.

El gasto reconocido como arriendos de equipos (equipos computacionales e impresoras) al 31 de diciembre de 2022 y 2021 asciende a M\$ 659 y M\$ 3.455, respectivamente.

NOTA 15 - CONTINGENCIAS

GARANTÍAS EMITIDAS

Los documentos en garantía emitidos corresponden a pagarés, boletas y/o pólizas entregadas a ProChile para garantizar los recursos entregados a la Fundación que se encuentran pendientes de aprobación. Al 31 de diciembre de 2022 y 2021 los gastos asociados a documentos de garantía ascienden a M\$ 11.694 y M\$37.729.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

31 de diciembre de 2022 y 2021 (en miles de pesos chilenos - M\$)

NOTA 16 - HECHOS ECONÓMICOS SIGNIFICATIVOS

En el marco de la terminación anticipada del contrato celebrado con GL Events para la organización de la COP25 en Chile, con fecha 27 de marzo de 2020, se presentó la solicitud de arbitraje ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Santiago (CAM). Fundación Imagen de Chile inició un juicio arbitral contemplado en la cláusula 23 del Contrato, para determinar que no se está en la obligación de pagar un monto adicional al 62,5% del monto del Contrato, antes del término anticipado del mismo. La contraparte sostuvo que tenía derecho a percibir el saldo no pagado, correspondiente al 27,6% del monto del contrato, equivalente a M\$8.983.509 más IVA (USD 10.690.376).

El proceso anteriormente mencionado, finalizó con la emisión de la resolución arbitral de fecha 29 de octubre de 2021, en la que se determinó que Fundación Imagen de Chile deberá pagar un total de US\$9.209.679 IVA incluido, equivalente a \$6.769.574.549 según el tipo de cambio a 735,05 al 30 de octubre de 2019, fecha de terminación anticipada del contrato. Lo anterior equivale a haber pagado el 86,2% del total del contrato pactado. Fundación Imagen de Chile procedió al pago indicado con fecha 31 de diciembre de 2021.

Con fecha 10 de diciembre de 2021 se suscribió un Convenio de Transferencia de fondos entre el Ministerio de Medio Ambiente y Fundación Imagen de Chile, aprobado por Resolución Afecta N°6 del 14 de diciembre de 2021, del Ministerio de Medio Ambiente, que fuera tomado de razón por la Contraloría General de la República con fecha 29 de diciembre de 2021. En virtud del citado Convenio de Transferencia, con fecha 30 de diciembre de 2021 el Ministerio de Medio Ambiente instruyó la transferencia a Fundación Imagen de Chile por la suma total de \$7.039.685.670. Por su parte, con fecha 4 de enero de 2022 FICH efectuó el pago del monto pendiente ante GL Events, ascendiente a \$6.769.574.549 según lo dispuesto en la resolución arbitral emitida por el Juez Árbitro con fecha 18 de noviembre de 2021.

NOTA 17 - HECHOS POSTERIORES

Hasta mayo de 2023, debido a despidos y renunciaciones de trabajadores, se efectuaron desembolsos por concepto de finiquitos por un monto de M\$ 90.925.

Entre el 1 de enero de 2023 y la fecha de emisión de los presentes estados financieros, no han existido otros hechos posteriores que pudieran tener un efecto significativo en las cifras en ellos presentados, ni en la situación económica y/o financiera de la Fundación.

