

PRESENTACIÓN IMAGEN PAÍS ENAGRO 2018

RONALD BOWN FERNÁNDEZ

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE FRUTAS DE CHILE, A.G.

PRESIDENTE

ITINERARIO

- ANTECEDENTES GENERALES
- SITUACIÓN ACTUAL
- CONCEPTUALIZACIÓN
- DEFINICIÓN DE IMAGEN PAÍS
- FOCALIZACIÓN DE NUESTRAS ACCIONES
- PROBLEMAS ACTUALES
- QUÉ HACER Y FORMAS DE ENCARAR LA SITUACIÓN DE UNA MANERA EFECTIVA



ANTECEDENTES GENERALES FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

- ESTATUTOS:

ARTÍCULO SEGUNDO:

La Fundación tendrá por objeto impulsar, desarrollar, patrocinar, financiar, coordinar, promover y ejecutar la difusión de la **imagen de nuestro país en el exterior**, contribuyendo a la competitividad del mismo, mediante una estrecha coordinación con el sector público y privado.

VISIÓN:

- La Fundación Imagen de Chile quiere poner en valor el nombre del país a nivel global, **incidiendo en la percepción que el mundo exterior tiene de nosotros**. Esta entidad se fija, entonces, como misión principal elaborar un relato que destaca los valores y las acciones con que nuestro país contribuye a la solución de los temas globales, sean ellos en el terreno del buen gobierno, el medio ambiente, la innovación, la calidad de vida, el arte, la ciencia y el deporte.
- Basamos nuestro esfuerzo en un principio: **la imagen de Chile es un bien público que pertenece a todos**. Nadie se lo puede apropiar y todos los chilenos tienen derecho a interactuar respecto a su tratamiento.
- Por ello, la fundación está construida sobre los siguientes pilares:
 - Ser un **espacio de encuentro nacional** que supera el ámbito político y gubernamental.
 - Ser un **lugar de participación** de los diversos grupos y personas de la sociedad civil que desean aportar a la promoción de Chile con sus ideas y proyectos.
 - Ser un ámbito de **participación y diálogo con las regiones de Chile**, que constituyen un reservorio esencial de la diversidad y de las múltiples identidades que conforman nuestra nación.
 - Ser un agente **facilitador de encuentros y diálogos** entre el país y sus ciudadanos con las distintas audiencias del mundo.



MISIÓN:

- Para cumplir con esta misión, la Fundación Imagen de Chile se propone **orientar y coordinar el mensaje de los distintos organismos estatales que participan en la difusión de la imagen de Chile en el exterior: los ministerios de Relaciones Exteriores y Economía, Corfo, ProChile, Sernatur, Dirac y el Comité de Inversiones Extranjeras, entre otros.**
- **La fundación debe integrar el mundo público y el privado para que la proyección del país resulte más eficaz en un ámbito internacional muy competitivo.**

MARCA PAÍS:

- La *marca país* es la estrategia para impactar positivamente las percepciones en torno a Chile, resaltando ciertos atributos propios de su identidad y ampliando, de esta forma, las posibilidades para la *atracción de talentos*, las *exportaciones*, las *inversiones externas* y el *turismo*.
 - Esto es clave en un escenario altamente competitivo como el actual, donde es fundamental construir y fortalecer una *identidad única y competitiva del país*, que apunte a que Chile sea considerado por otros como un *destino atractivo* en todas sus dimensiones.
- En este sentido, cabe destacar que la Marca País Chile es mucho más que una expresión gráfica, es un símbolo de lo que somos. POR eso, *construirla es un desafío colectivo*. Una tarea donde la riqueza y diversidad que nos caracteriza se integran en un símbolo que comunica al mundo la vitalidad de todo un país, para abrirnos a más y mejores oportunidades.
 - Una imagen país positiva es un activo, en cuanto permite generar más empleos, aumentar las exportaciones, atraer mayor inversión extranjera, despertar interés por el turismo y, en suma, *aumentar la influencia política y cultural de la nación*.



CHILE GLOBAL:

- *ChileGlobal* es la red de talentos en el exterior de Imagen de Chile, que agrupa a **empresarios, estudiantes, profesionales y exponentes de la cultura y las artes** chilenos que viven en el extranjero y comparten el interés por vincularse con nuestro país para aportar con sus conocimientos y contribuir a su desarrollo.
- Así, ChileGlobal busca impulsar la incorporación de nuestro país en la “sociedad del conocimiento”, a través de la experiencia, aprendizajes y contactos internacionales del capital humano avanzado de Chile que se encuentra en el extranjero.



REQUISITOS PARA USAR MARCA PAÍS:

- “En tan sólo 4 pasos puedes postular al Uso de la Marca Chile en tus productos o servicios de forma gratuita. Juntos contribuiremos a través de este único sello, a que el “hecho en Chile” sea factor de orgullo, una responsabilidad y un valor agregado”.



MANUAL DE USO MARCA CHILE

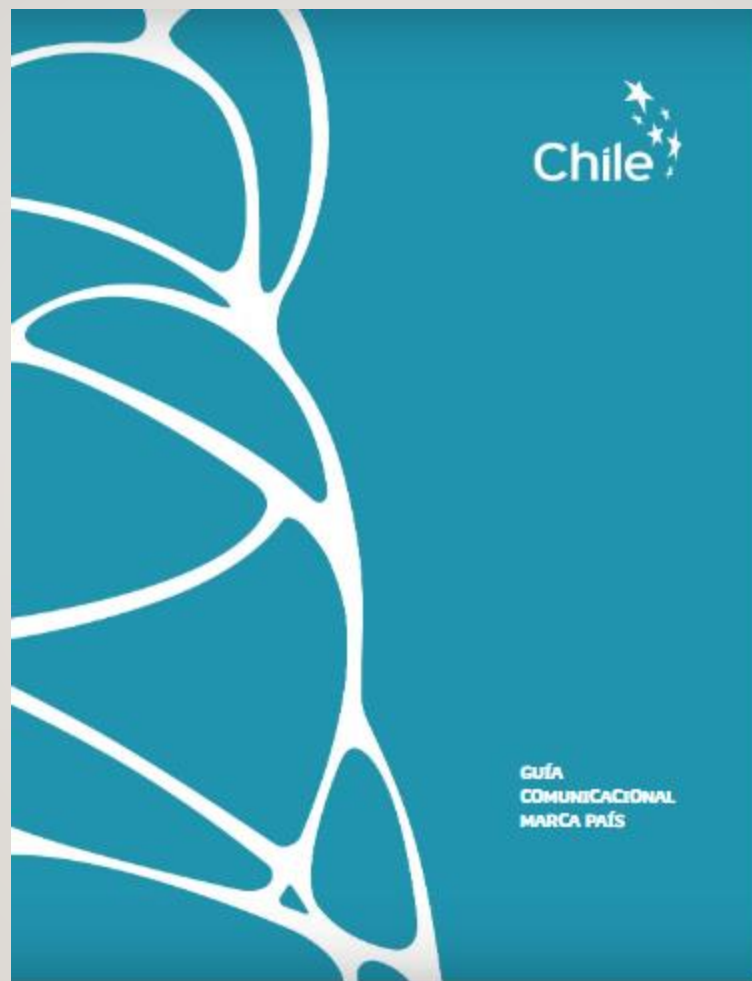


IMAGEN PAÍS

- DEFINICIÓN DE IMAGEN PAÍS:

“PERCEPCIÓN POSITIVA DE UN PAÍS POR PARTE DE TERCEROS, QUE PROVOCA UNA REACCIÓN DE RESPETO Y RECONOCIMIENTO”

ELLO SE PUEDE EXPRESAR DE DIFERENTES MANERAS Y PRODUCTO DE DISTINTOS HECHOS, ASÍ COMO EN ESTRATOS DIFERENCIADOS:

- PAÍSES LIMÍTROFES
 - ESTRATOS SOCIALES
 - ACADEMIA
 - AUTORIDADES
 - CIUDADANÍA EN GENERAL
- ¿DÓNDE NOS INTERESA LOGRAR UN RESPETABLE, RECONOCIDA Y ACEPTABLE IMAGEN?

HEMOS LOGRADO UN SIGNIFICATIVO ÉXITO EN EL AUMENTO DEL TURISMO (DEPORTES EXTREMOS, NATURALEZA, ETC.), MARCA PAÍS (NBI), RANKING DE COMPETITIVIDAD, ÍNDICE DE CAPITAL HUMANO,...

- SI DESEAMOS UN EFECTO ECONÓMICO-SOCIAL RELEVANTE DEBEMOS APUNTAR A LA CIUDADANÍA EN GENERAL, LO QUE SIGNIFICA DEFINIR UNA ESTRATEGIA DIFERENTE, CON OBJETIVOS DISTINTOS A LOS ACTUALES.



QUÉ HEMOS HECHO?

- MUCHO Y NADA A LA VEZ
- CADA CAMBIO DE GOBIERNO SE TRADUCE EN UNA NUEVA ESTRATEGIA, NUEVAS IDEAS, LOGOS DISTINTOS, CONCEPTOS DIFERENTES, FRASES IDENTIFICATORIAS DISTINTAS, ETC.
- MINISTROS QUE LE OTORGAN DISTINTA IMPORTANCIA AL TEMA
- ELLO HA SIGNIFICADO COSTOS ADICIONALES EN AGENCIAS ASESORAS, TIEMPO, ETC. (ALTO COSTO ÚLTIMO CAMBIO QUE DERIVÓ EN ELIMINAR UNA ESTRELLA Y ACOMPAÑARLA POR UN ENTRAMADO QUE NADIE ENTIENDE LO QUE SIGNIFICA
- FOCALIZACIÓN EN LA IMAGEN INTERNA (CHILE QUE TE QUIERO)
- FALTA DE COMPROMISO DE TODOS LOS SECTORES (PÚBLICO Y PRIVADO)
- FALLADO EN CUANTO A ENMARCARNOS EN ALGUNOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA PUBLICIDAD: PERSEVERAR
- DEFINIR UNA ESTRATEGIA, CREER EN ELLA, CONCITAR APOYO TRANSVERSAL...
- HEMOS TENIDO DISTINTOS CONCEPTOS QUE DEFINEN AL PAÍS: “CHILE LO HACE BIEN”, “CHILE SORPRENDE”
- FALTA DE UNIDAD CONCEPTUAL ENTRE IMAGEN Y CONCEPTO: ESTRELLAS Y VERBALIZACIÓN REALISTA
- PERDIDO POSICIÓN RELATIVA RESPECTO DE LA COMPETENCIA



QUÉ DEBEMOS HACER?

- TENER LA CONVICCIÓN DE QUE LAS COSAS SE PUEDEN HACER BIEN
- BUEN AUGURIO PRODUCTO DE DECISIONES ADOPTADAS POR LAS ACTUALES AUTORIDADES RESPECTO DE PRO-CHILE Y SU DEPENDENCIA, ASÍ COMO SU STATUS. FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE DEPENDIENDO DE PROCHILE
- ROMPER CON EL CORTOPLACISMO
- DEFINICIÓN DE UNA POLÍTICA DE ESTADO, EN QUE DESDE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA SE CONMINE A UNA ACCIÓN CONJUNTA ENTRE PROCHILE, TURISMO, INVEST-CHILE Y CUALQUIER OTRO ORGANISMO ESTATAL QUE PUEDE COOPERAR, CON EL OBJETIVO DE DEFINIR UNA ESTRATEGIA DE LARGO PLAZO EN MATERIA DE IMAGEN-PAÍS
- CREAR UN CONSEJO NACIONAL DE IMAGEN PAÍS EN QUE CONCURRAN LOS SECTORES PRIVADOS QUE CORRESPONDA
- DEFINIR EN CONJUNTO UNA ESTRATEGIA DE LARGO PLAZO (VEINTE AÑOS)
- APORTE DE FONDOS PROVENIENTES DE CADA SECTOR PÚBLICO
- DEFINIR INDICADORES DE GESTIÓN, CON INFORMES PÚBLICOS EN FORMA PERIÓDICA. LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR ES UN TEMA CLAVE.
- PERSEVERAR
- UNA ADECUADA DEFINICIÓN ESTRATÉGICA PERMITIRÁ UNA MAYOR INVOLUCRACIÓN DEL SECTOR PRIVADO, NO SOLAMENTE EN LO QUE SIGNIFICA DEFINIR UNA DETERMINADA ESTRATEGIA, TAMBIÉN EN APORTES MONETARIOS, COMO POR EJEMPLO, VÍA LOS CONCURSOS DE PROCHILE



LA **ARAUCARIA** O PEHUÉN (**ARAUCARIA ARAUCANA**) — TAMBIÉN LLAMADA **PINO ARAUCANO**, **PIÑONERO**, **PINO ARAUCARIA**, **PINO CHILENO** O **PINO DE BRAZOS**— ES UNA ESPECIE ARBÓREA PERTENECIENTE AL GÉNERO DE CONÍFERAS **ARAUCARIA** DE LA FAMILIA ARAUCARIACEAE.



MUCHAS GRACIAS!!