

**JEFE DIVISIÓN COMUNICACIONES Y MARKETING
AGENCIA DE PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA
MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO
II NIVEL JERÁRQUICO**

LUGAR DE DESEMPEÑO

Región Metropolitana,
Santiago

I. EL CARGO

**1.1
MISIÓN DEL
CARGO**

El/la Jefe/a División Comunicaciones y Marketing será responsable ante el Director de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera de diseñar e implementar la estrategia de marketing para posicionar a Chile como una localización atractiva en los sectores priorizados por la Estrategia de Fomento y Promoción de la Inversión Extranjera Directa y de conducir la estrategia de comunicaciones y de construcción de imagen de la Institución. Realizará sus funciones dirigiendo y coordinando la acción de la División, con todas las actividades que involucra en materias de comunicaciones, relaciones institucionales, relaciones públicas y comunicación digital asociadas, propendiendo a contribuir sustantivamente a la propuesta de valor de los servicios que entrega la Agencia para fomentar la atracción de inversión extranjera directa al país.

**1.2
REQUISITOS
LEGALES**

Título profesional de una carrera de, a lo menos, 8 semestres de duración otorgado por una Universidad o Instituto Profesional del Estado o reconocido por éste o aquellos validados en Chile de acuerdo a la legislación vigente y acreditar una experiencia profesional no inferior a cinco años.*

Fuente: Artículo N° 2, del DFL N°1 del 27 de noviembre de 2015 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

Fecha de aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 25-11-2016.
Representante del Consejo de Alta Dirección Pública: Andrés Pérez.

*Para el cómputo de la duración de la carrera que da origen al título profesional de pregrado, podrán sumarse los estudios de post grado realizados por el mismo candidato.

Fuente legal: Artículo Cuadragésimo de la Ley N° 19.882, inciso final, modificado por la ley N° 20.955

II. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

2.1 DEFINICIONES ESTRATÉGICAS DEL SERVICIO

La Agencia de Promoción de Inversión Extranjera es un servicio público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio y que se relacionará con el/la Presidente/a de la República por intermedio del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

La misión de la Agencia es promover y atraer el ingreso de todo tipo de capitales e inversiones del exterior, sin importar su monto, conforme a las facultades y atribuciones señaladas en la ley 20.848 que la crea. La Agencia fue constituida como la continuadora y sucesora legal del Comité de Inversiones Extranjeras.

En consecuencia, la Agencia tiene una labor doble: i) continuar la administración de los contratos de inversión extranjera amparados al DL 600 que se encuentran vigentes, así como firmar los contratos de invariabilidad tributaria establecidos en el artículo segundo transitorio de la ley 20.848, y, ii) promover la inversión extranjera hacia el país, para lo cual deberá fortalecer en forma importante el equipo humano y los recursos técnicos necesarios para este efecto.

Al Director de la Agencia de Promoción de Inversión Extranjera le corresponderá liderar el proceso de transformación e instalación del nuevo Servicio, proponiendo e implementando las políticas y planes necesarios para fortalecer su gestión institucional y colaborando activamente con el Comité de Ministros para el Fomento y Promoción de la Inversión Extranjera, con el objeto de Fortalecer, articular y coordinar la gestión del Estado en el ámbito de la promoción de la Inversión Extranjera en el país.

Los objetivos estratégicos de la institución son:

- i) Promocionar y posicionar al país como un destino atractivo para el desarrollo de negocios en general, y de inversión en particular, alineados con las políticas de desarrollo del país y las directrices de marca país.
- ii) Potenciar y facilitar la llegada de inversión extranjera directa y reinversión extranjera a sectores y regiones específicas, con énfasis en sectores claves para el país, regiones rezagadas, diversificación de destinos, desconcentración de mercados y dinamización de industrias.
- iii) Contribuir a la superación de obstáculos asociados a la materialización de proyectos de inversión extranjera, identificándolos e informando de ello a las autoridades competentes.
- iv) Administrar los contratos acogidos al DL 600 vigentes, nuevas operaciones jurídicas provenientes de la ley 20.848 y otras materias legales relacionadas.

Los productos estratégicos institucionales son los siguientes:

- i) Programa comunicacional para la promoción de la inversión extranjera en Chile. Diseño y ejecución de un programa de difusión y comunicación, tanto nacional como internacional, en materia de inversión extranjera directa, bajo los lineamientos de marca país y en concordancia con las políticas nacionales de desarrollo.
- ii) Promoción de la inversión extranjera directa. Implementación de un programa de promoción para potenciar la IED y reinversiones en el país, entregando atención y servicios especializados de tipo sectorial, legal y estadístico a inversionistas
- iii) Estudios sobre inversión extranjera directa en Chile. Formulación y difusión de conocimiento sobre los efectos de la inversión extranjera

- directa, de modo de contribuir a generar un clima favorable para ésta y a maximizar su impacto positivo para el país.
- iv) Operaciones legales asociadas a inversión extranjera directa. Administración de los procedimientos legales asociados a inversión extranjera directa.

Por último, los clientes de la Agencia de Promoción de Inversión Extranjera son:

- i) El Presidente de la República
- ii) Ministerios
- iii) Gobiernos Regionales
- iv) Comité de Ministros para el fomento y promoción de la inversión extranjera directa
- v) Consejo asesor consultivo de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera
- vi) Inversionistas extranjeros
- vii) Empresas chilenas receptoras de inversión extranjera
- viii) Cámaras de Comercio
- ix) Representación Diplomática extranjera en Chile
- x) Asociaciones gremiales y empresariales
- xi) Potenciales inversionistas extranjeros

2.2 DESAFÍOS GUBERNAMENTALES ACTUALES PARA EL SERVICIO

La ley N° 20.848 derogó el Decreto Ley N° 600, lo cual significa un conjunto de desafíos, tanto de índole institucional como aquellos vinculados a una estrategia de desarrollo productivo y de fomento, que deben ser abordados desde un punto de vista legal y administrativo, entre los que se pueden mencionar:

1. Establecer una política o estrategia de fomento y atracción de inversión extranjera.
2. Generar una nueva institucionalidad que lleve a cabo y ejecute una política o estrategia de atracción y fomento de inversión extranjera.
3. Efectuar un debido y adecuado traspaso de funciones desde el Comité de Inversiones Extranjeras a la agencia:
 - Administración de contratos ley firmados al amparo del DL 600.
 - Traspaso de personal y encasillamiento de funcionarios.
4. Traspasar funciones ajenas a una Agencia a servicios públicos más especializados, como por ejemplo la defensa del Estado frente a conflictos con los inversionistas.
5. Generar mecanismos de coordinación entre las organizaciones encargadas de la atracción de inversiones con aquellas encargadas de la promoción de exportaciones y la agilización de inversiones.

De esta forma, las prioridades de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera son determinadas por la Estrategia de Promoción y Fomento de la Inversión Extranjera, propuesta por el Comité de Ministros y fijada por el/la Presidente/a de la República.

2.4
CONTEXTO INTERNO
DEL SERVICIO

La institución enfrenta un aumento considerable de su dotación, tanto por las nuevas funciones contempladas en la Ley 20.848, como por la incorporación a la contrata del personal a honorarios.

Las nuevas funciones contemplan crucialmente la promoción de la inversión extranjera directa, la facilitación de la instalación de estas inversiones, los servicios de reinversión o de post-establecimiento y la contribución a un ambiente propicio para la inversión extranjera

2.3
CONTEXTO EXTERNO
DEL SERVICIO

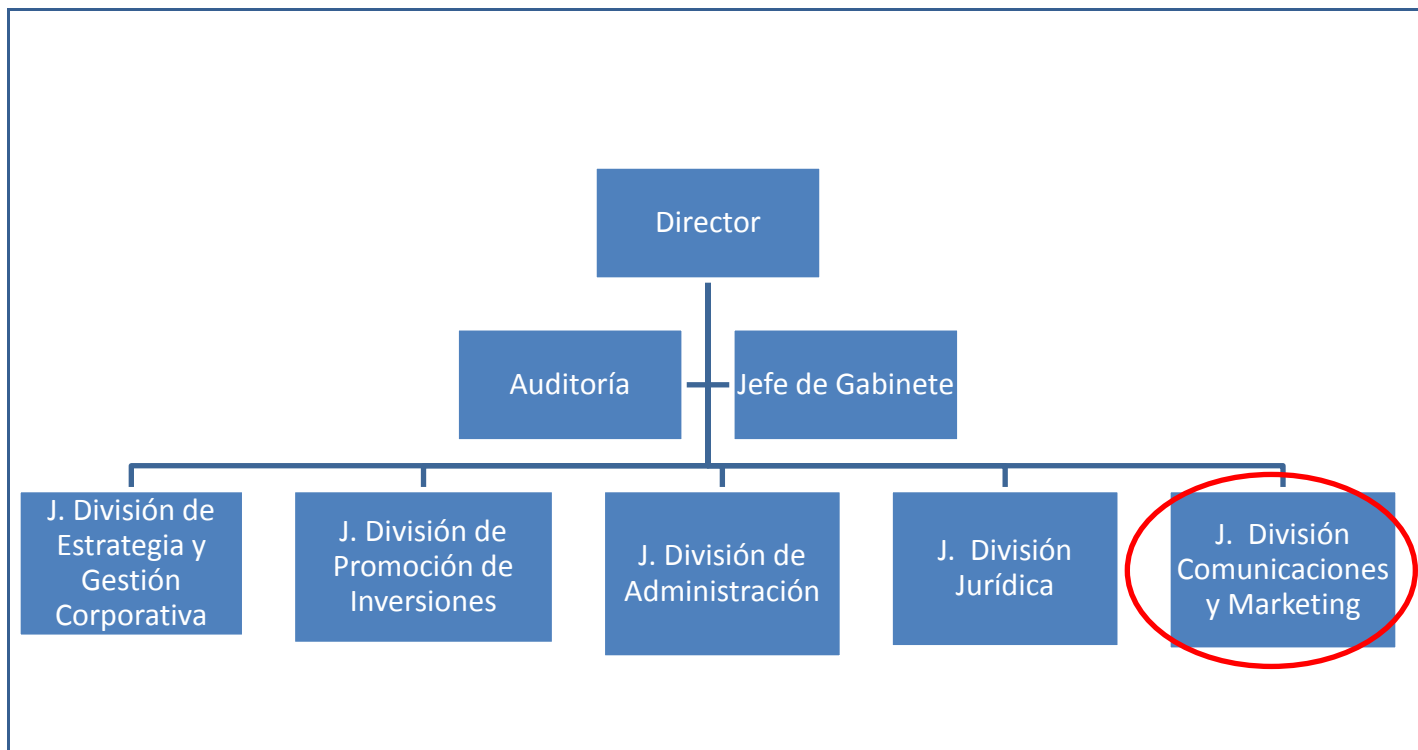
La experiencia internacional sugiere que, aun cuando se puedan aprovechar determinadas sinergias y apalancar determinadas capacidades, los esfuerzos de promoción e inversión extranjera directa (IED) deben estar separados de los esfuerzos de promoción de exportaciones. De esta forma se concentran en la Agencia todas las funciones de promoción y atracción de inversión extranjera directa (IED), separando estas funciones de las atribuciones de ProChile, enfocando la función de esta última en la promoción de exportaciones.

No obstante lo anterior, se deben establecer mecanismos institucionales de coordinación entre las actividades de atracción de inversiones y promoción de exportaciones, dado que se pueden generar beneficios significativos si ambas instituciones actúan de manera coordinada, por ejemplo, en la construcción de Imagen País y en las representaciones del país en el exterior. La coordinación es especialmente relevante si existe una estrategia de desarrollo productivo nacional que guía las acciones de ambas organizaciones.

En este sentido, la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera se vincula administrativamente con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Su quehacer se relaciona estrechamente con CORFO, al ser ésta la institución que diseña y administra los programas de fomento e incentivos a los que pueden optar las empresas extranjeras. De igual forma la Agencia debe trabajar de forma coordinada con ProChile, de modo de aprovechar su red de oficinas en el exterior y los contactos con que se cuenta en el extranjero. Al ser la Agencia parte del esfuerzo de posicionamiento del país en el exterior, se debe procurar una adecuada coordinación con la Fundación Imagen de Chile.

Las acciones de la Agencia deben ser consistentes con la política exterior definida por el Ministerio de Relaciones Exteriores. Por otra parte, los ministerios de Minería, Energía, Agricultura y Obras Públicas se encargan de sectores muy vinculados a la inversión extranjera, por lo que con ellos se requiere una comunicación fluida y trabajo en conjunto.

2.5 ORGANIGRAMA DEL SERVICIO



Los cargos que se relacionan directamente con el/la Jefe/a División Comunicaciones y Marketing son los siguientes:

- i) Director/a: Es responsable de liderar el proceso de transformación e instalación de la nueva institucionalidad proponiendo e implementando las políticas y planes necesarios para fortalecer su gestión institucional y colaborando activamente con el Comité de Ministros para el Fomento y la Promoción de la Inversión Extranjera, con el objeto de fortalecer, articular y coordinar la gestión del Estado en el ámbito de la promoción de la inversión extranjera en el país.
- ii) Jefe/a División de Estrategia y Gestión Corporativa: Es responsable del diseño y medición de la estrategia institucional y de la gestión corporativa para facilitar la generación de inversiones en el país, realizando los estudios necesarios acerca de las condiciones generales para invertir en Chile.
- iii) Jefe/a División de Promoción de Inversiones: Es el responsable del equipo de ejecutivos y analistas encargado de la atención a los inversionistas extranjeros. El jefe/a de esta división debe diseñar, priorizar y supervisar las actividades de promoción de acuerdo a los sectores y países determinados en la Estrategia de Promoción y Fomento de Inversión Extranjera.
- iv) Jefe División de Administración: Es el responsable de dar soporte en la gestión presupuestaria, de personas, desarrollo organizacional, administración de servicios generales, las compras de la institución y los servicios informáticos.
- v) Jefe/a División Jurídica: Es responsable de otorgar asesoría jurídica global y del control de todos los actos administrativos, de visar los contenidos legales de la Agencia, de la provisión de información de carácter legal a los inversionistas extranjeros y de la administración de los contratos de inversión extranjeros de la antigua Ley, así como de la certificación de la calidad de inversionista extranjero cuando ello se requiera.

**2.6
DIMENSIONES
DEL
SERVICIO**

2.6.1 DOTACIÓN

Dotación Total (planta y contrata)	50
Dotación de Planta	8
Dotación a Contrata	42
Personal a Honorarios	8

2.6.2 PRESUPUESTO ANUAL

Presupuesto Corriente	\$3.921.470.000
Presupuesto de Inversión	\$17.618.000

2.6.3 COBERTURA TERRITORIAL

La Agencia de Promoción de Inversión Extranjera se ubica en Santiago y tendrá representantes en 4 oficinas en el extranjero, cuya ubicación se determinará en concordancia con la Estrategia de Promoción y Fomento de Inversión Extranjera.

**2.7
CARGOS DEL
SERVICIO ADSCRITOS
AL SISTEMA DE ADP**

Además del/la Jefe/a de la División de Comunicación y Marketing, serán adscritos al sistema de ADP:

- i) Director/a
- ii) Jefe/a División de Promoción de Inversiones
- iii) Jefe/a División de Estrategia y Gestión Corporativa
- iv) Jefe/a División de Administración
- v) Jefe/a División Jurídica

III. PROPÓSITO DEL CARGO

3.1 FUNCIONES ESTRATÉGICAS DEL CARGO

Al asumir el cargo de Jefe/a División Comunicaciones y Marketing le corresponderá desempeñar las siguientes funciones:

1. Marketing
 - 1.1. Diseñar e implementar una estrategia de posicionamiento de Chile en los sectores priorizados y en los mercados objetivo.
 - 1.2. En el marco de la estrategia descrita en el punto anterior, gestionar campañas específicas de marketing digital, a nivel institucional y sectorial, en Chile y el extranjero.
 - 1.3. Administrar el correcto uso de la marca institucional.
 - 1.4. Gestión de patrocinios y auspicios institucionales.
 - 1.5. Organización y participación en actividades de relaciones públicas institucionales, eventos, ferias y seminarios de negocios en Chile y el extranjero. En la mayoría de estos casos, se brindan servicios de organización de los eventos a clientes internos de otras Divisiones dentro de la agencia.
 - 1.6. Diseño y gestión de merchandising institucional y sistema de publicaciones promocionales.
2. Comunicaciones
 - 2.1. Generación de discurso institucional, construcción de mensajes y contenidos orientados a posicionar la imagen de Chile como un país atractivo para la inversión extranjera.
 - 2.2. Diseñar, implementar y evaluar el Plan de Comunicación Estratégica de la institución.
 - 2.3. Gestión de prensa con medios de comunicación nacionales e internacionales.
 - 2.4. Gestión de los contenidos y formatos de las vocerías institucionales.
 - 2.5. Gestión de contenidos en plataformas digitales.
 - 2.6. Diseño e implementación de estrategia de comunicación interna.
 - 2.7. Cobertura de eventos institucionales internos.

**3.2
DESAFÍOS Y
LINEAMIENTOS DEL
CARGO PARA EL
PERIODO ***

DESAFÍOS	LINEAMIENTOS
<p>1. Instalar positivamente a Chile, como un lugar atractivo para la localización de inversiones en los sectores priorizados.</p>	<p>1.1 Diseñar el nuevo posicionamiento estratégico de Chile en materia de inversión extranjera directa, con nuevos pilares y atributos de comunicación transversales para una diferenciación eficiente y actualizada.</p> <p>1.2 Realizar actividades de visibilización en medios de comunicación nacional e internacional respecto de Chile y del rol y servicios de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera.</p> <p>1.3 Construir un sistema de contenidos, publicaciones y productos de calidad internacional que permitan dar a conocer a Chile y los servicios de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera.</p> <p>1.4 Implementar una estrategia de marketing digital internacional, que incluya acciones de marketing y comunicación digital orientadas a dar a conocer los atributos de Chile en el mundo como destino atractivo de la inversión extranjera en los sectores priorizados.</p>
<p>2. Definir estándar de calidad de eventos y actividades internacionales.</p>	<p>2.1 Elaborar un nuevo formato de actividades de promoción internacional, con foco en una comunicación y marketing de calidad.</p>
<p>3. Cultivar un relacionamiento adecuado con actores institucionales públicos y privados en Chile y el extranjero.</p>	<p>3.1 Gestionar el relacionamiento con actores institucionales del sector público y privado de modo establecer una vinculación virtuosa y positiva.</p> <p>3.2 Realizar proyectos, acuerdos y convenios en conjunto con actores institucionales relevantes.</p>

<p>4. Consolidar una estructura organizacional que responda a los objetivos estratégicos de la agencia.</p>	<p>4.1 Definir la estructura y los perfiles del equipo de la división.</p> <p>4.2 Gestionar adecuadamente los recursos financieros, humanos y físicos de acuerdo a la normativa vigente y las orientaciones e instrucciones del Director de la Agencia.</p> <p>4.3 Diseñar y estructurar los procesos, productos e indicadores de gestión y desempeño que guiarán el funcionamiento de la división en todos los ámbitos de acción que le corresponda.</p>
---	---

IV. CONDICIONES PARA EL CARGO

4.1 VALORES Y PRINCIPIOS PARA EL EJERCICIO DE LA DIRECCIÓN PÚBLICA

VALORES Y PRINCIPIOS TRANSVERSALES

PROBIDAD Y ÉTICA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

Privilegia el interés general sobre el particular demostrando una conducta intachable y un desempeño honesto y leal con la función pública. Cuenta con la capacidad para identificar e implementar estrategias que permitan fortalecer la probidad en la ejecución de normas, planes, programas y acciones; gestionando con rectitud, profesionalismo e imparcialidad, los recursos institucionales; facilitando además, el acceso a la información pública.

VOCACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO ¹

Cree firmemente que el Estado cumple un rol fundamental en la calidad de vida de las personas y se compromete con las políticas públicas definidas por la autoridad, demostrando entusiasmo, interés y compromiso por garantizar el adecuado ejercicio de los derechos y deberes de las personas y por generar valor público.

Conoce, comprende y adhiere a los principios generales que rigen la función pública, consagrados en la Constitución Política de la República, la Ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, el Estatuto Administrativo y los distintos cuerpos legales que regulan la materia.

CONCIENCIA DE IMPACTO PÚBLICO

Es capaz de comprender, evaluar y asumir el impacto de sus decisiones en la implementación de las políticas públicas y sus efectos en el bienestar de las personas y en el desarrollo del país.

¹ Principios generales que rigen la función pública www.serviciocivil.gob.cl/documentación-y-estudios

4.2 ATRIBUTOS DEL CARGO

ATRIBUTOS	PONDERADOR
<p>A1. VISIÓN ESTRATÉGICA Capacidad para detectar y analizar las señales sociales, políticas, económicas, ambientales, tecnológicas, culturales y de política pública, del entorno global y local e incorporarlas de manera coherente a la estrategia y gestión institucional.</p> <p>Habilidad para aplicar una visión global de su rol y de la institución, así como incorporarla en el desarrollo de la institución y del país.</p> <p>Capacidad de construir y desarrollar una estrategia integral de comunicaciones que permita construir y definir una imagen internacional positiva de Chile en materia de inversiones, a través de los múltiples canales y herramientas que entrega la comunicación y el marketing.</p>	<p>15 %</p>
<p>A2. EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS Es altamente deseable poseer experiencia en comunicación estratégica y marketing, en un nivel apropiado para las necesidades específicas de este cargo.</p> <p>Adicionalmente, se valorará tener experiencia en comunicación digital, marketing internacional, relaciones con medios de comunicación y/o relaciones institucionales.</p> <p>Deseable poseer manejo del idioma inglés a nivel intermedio.</p> <p>Se valorará poseer 3 años de experiencia en cargos de dirección, jefatura y/o coordinación de equipos de trabajo en instituciones públicas o privadas.</p>	<p>15%</p>
<p>A3. GESTIÓN Y LOGRO Capacidad para generar y coordinar estrategias que aseguren resultados eficientes, eficaces y de calidad para el cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos institucionales, movilizandolos a las personas y los recursos disponibles.</p> <p>Habilidad para evaluar, monitorear y controlar los procesos establecidos, aportando en la mejora continua de la organización.</p>	<p>20 %</p>
<p>A4. LIDERAZGO EXTERNO Y ARTICULACIÓN DE REDES Habilidad para identificar a actores institucionales involucrados y generar las alianzas estratégicas necesarias para lograr los objetivos de la estrategia de comunicaciones y marketing propuesta.</p> <p>Capacidad para generar compromiso con actores externos, gestionando las variables y relaciones del entorno que le proporcionen viabilidad y legitimidad a la construcción de una imagen positiva de Chile en materia de inversiones. Capacidad para interactuar de manera efectiva, confiable y eficiente con autoridades, actores institucionales y medios de comunicación en Chile y en el extranjero.</p>	<p>15 %</p>
<p>A5. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS Capacidad para identificar y administrar situaciones de presión, riesgo y conflictos, tanto en sus dimensiones internas como externas a la organización, especialmente en el ámbito de las comunicaciones, y al mismo tiempo, crear soluciones estratégicas, oportunas y adecuadas al marco institucional público.</p>	<p>10 %</p>
<p>A6. LIDERAZGO INTERNO Y GESTIÓN DE PERSONAS Capacidad para entender la contribución de las personas a los resultados de la gestión institucional. Es capaz de transmitir orientaciones, valores y motivaciones, conformando equipos de alto desempeño, posibilitando el desarrollo del talento y generando cohesión y espíritu de equipo. Asegurar una buena relación con actores institucionales externos relevantes para la institución. Liderazgo de equipos multidisciplinarios del área de las comunicaciones, con capacidad de decisión y comprensión del entorno externo. Asegurar que prevalezcan el buen trato y condiciones laborales dignas, promoviendo buenas prácticas laborales.</p>	<p>10 %</p>
<p>A7. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD Capacidad para proyectar la institución y enfrentar nuevos desafíos, transformando en oportunidades las limitaciones y complejidades del contexto e incorporando en los planes, procedimientos y metodologías, nuevas visiones y prácticas; evaluando y asumiendo riesgos calculados que permitan generar soluciones, promover procesos de cambio e incrementar resultados.</p>	<p>15 %</p>
<p>TOTAL</p>	<p>100%</p>

V. CARACTERÍSTICAS DE CARGO

5.1 Ámbito de Responsabilidad

Nº Personas que dependen del cargo	6
Presupuesto que administra	El cargo no administra presupuesto

5.2 EQUIPO DE TRABAJO

El/la Jefe División Comunicaciones y Marketing administra un equipo conformado por 6 profesionales (periodistas, diseñadores y publicistas)

Al interior de la División, los profesionales realizan las tareas de:

Generación del discurso institucional, construcción de mensajes y contenidos orientados a posicionar la institución a nivel nacional e internacional, relación con la prensa nacional y extranjera, administración general de la marca institucional, gestión de campañas publicitarias institucionales, diseño y ejecución de actividades y eventos de promoción a nivel nacional e internacional, diseño de todas las plataformas digitales de promoción de la Institución, administración de la relación con stakeholders institucionales públicas y privadas nacionales e internacionales, supervisión y seguimiento de la firma de acuerdos con instituciones nacionales e internacionales, y recepción y gestión de consultas recibidas por parte de la ciudadanía.

5.3 CLIENTES INTERNOS , EXTERNOS y OTROS ACTORES CLAVES

Los principales clientes a nivel externo son:

1. Potenciales Inversionistas Extranjeros.
2. Autoridades: Económica, ministerial, legislativa, administrativa y regionales.
3. Medios de Comunicación nacionales e internacionales: prensa escrita, radio, televisión, medios digitales.
4. Asociaciones gremiales, cámaras de comercio, bancos, auditoras, consultoras y estudios jurídicos que representen a inversionistas extranjeros o empresas relacionadas.
5. Organismos, Instituciones, gobiernos regionales, municipalidades y servicios públicos que efectúen labores relacionadas con la promoción y el fomento de la inversión extranjera, como CORFO, ProChile, Fundación Imagen de Chile, y otros.
6. Organismos internacionales y multilaterales relacionados tales como UNCTAD; CEPAL, APEC, Alianza del Pacífico, WAIPA, entre otros.
7. Ciudadanía en general.

Los clientes internos son las otras divisiones y unidades que requieren de los servicios de la División Comunicaciones y Marketing, que son: División Jurídica, División de Administración, División de Promoción de Inversiones y División de Estrategia y Gestión Corporativa.

5.4 RENTA

El cargo corresponde al **grado III** Directivo de la Escala de Remuneraciones de la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **1%**. Incluye las asignaciones de modernización. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$4.606.000.-** para un no funcionario, la que se obtiene de una aproximación del promedio entre el “Total Remuneración Líquida Aproximada” de los meses sin asignación de modernización y el “Total Remuneración Líquida Aproximada” de los meses con asignación de modernización, que se detalla a continuación:

Procedencia	Detalle Meses	Sub Total Renta Bruta	Asignación Alta Dirección Pública 1%	Total Renta Bruta	Total Remuneración Líquida Aproximada
Funcionarios del Servicio*	Meses sin bono de estímulo ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$4.684.500.-	\$46.845.-	\$4.731.345.-	\$3.861.506.-
	Meses con bono de estímulo: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$8.984.871.-	\$89.849.-	\$9.074.720.-	\$6.840.699.-
Renta líquida promedio mensualizada referencial para funcionario del Servicio					\$4.855.000.-
No Funcionarios**	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$4.684.500.-	\$46.845.-	\$4.731.345.-	\$3.861.506.-
	Meses con asignación de modernización : marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$7.860.591.-	\$78.606.-	\$7.939.197.-	\$6.094.171.-
Renta líquida promedio mensualizada referencial para no funcionario del Servicio					\$ 4.606.000.-

***Funcionarios del Servicio:** Se refiere a los postulantes que provienen del mismo Servicio.

****No Funcionario:** Se refiere a los postulantes que no provienen del mismo Servicio.

*****La asignación de modernización** constituye una bonificación que considera un 15% de componente base, hasta un 7,6% por desempeño institucional y hasta un 8% por desempeño colectivo. Esta última asignación se percibe en su totalidad después de cumplir un año calendario completo de antigüedad en el servicio (ley 19.553, ley 19.882 y ley 20.212).

El no cumplimiento de las metas establecidas en el convenio de desempeño, que debe suscribir el alto directivo público, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

La Renta detallada podría tener un incremento de hasta un 10% por redefinición del porcentaje de asignación de alta dirección pública.

5.5 CONVENIOS DE DESEMPEÑO DE ALTOS DIRECTIVOS PÚBLICOS

Plazos para proponer y suscribir el convenio de desempeño

- Dentro del plazo máximo de sesenta días corridos, contado desde su nombramiento definitivo o de su renovación, los jefes superiores de servicio suscribirán un convenio de desempeño con el ministro o el subsecretario del ramo, cuando este actúe por delegación del primero, a propuesta de dicha autoridad.
- En el caso de directivos del segundo nivel de jerarquía, el convenio será suscrito con el jefe superior respectivo, a propuesta de éste. Tratándose de los hospitales, el convenio de desempeño deberá suscribirlo el director de dicho establecimiento con los subdirectores médicos y administrativos respectivos, a propuesta de éste.
- Los convenios de desempeño deberán ser propuestos al alto directivo, a más tardar, dentro de los treinta días corridos contados desde el nombramiento, y deberán considerar el respectivo perfil del cargo.
- El convenio de desempeño es un instrumento de gestión que orienta al alto directivo público en el cumplimiento de los desafíos que le exige su cargo y le fija objetivos estratégicos de gestión por los cuales éste será retroalimentado y evaluado anualmente y al término de su período de desempeño.

El convenio de desempeño refleja:

- a) Funciones estratégicas del cargo, asimismo, desafíos y lineamientos para el periodo, contenidos en el perfil de selección.
- b) Objetivos relacionados con la gestión de personas de la institución.
- c) Objetivos Operacionales de disciplina financiera, relacionados con mejorar la calidad del gasto, como también, desempeño de la institución hacia el usuario final, beneficiario y/o cliente y finalmente el cumplimiento de los mecanismos de incentivo de remuneraciones de tipo institucional y/o colectivo.

Obligación de comunicar a la Dirección Nacional del Servicio Civil la suscripción y evaluación de los Convenios de Desempeño

- Los convenios de desempeño, una vez suscritos, deberán ser comunicados a la Dirección Nacional del Servicio Civil para su conocimiento y registro.
- La autoridad respectiva deberá cumplir con la obligación señalada en el párrafo anterior dentro del plazo máximo de noventa días, contado desde el nombramiento definitivo del alto directivo público o su renovación. En caso de incumplimiento, la Dirección Nacional del Servicio Civil deberá informar a la Contraloría General de la República para los siguientes efectos:
 - La autoridad que no cumpla con la obligación señalada será sancionada con una multa de 20 a 50 por ciento de su remuneración. Además, la Dirección Nacional del Servicio Civil informará al Consejo de Alta Dirección Pública sobre el estado de cumplimiento de la obligación referida.
 - Cada doce meses, contados a partir de su nombramiento, el alto directivo público deberá entregar a su superior jerárquico un informe acerca del cumplimiento de su convenio de desempeño. Dicho informe deberá remitirlo a más tardar al mes siguiente del vencimiento del término antes indicado. Asimismo, le informará de las alteraciones que se produzcan en los supuestos acordados, proponiendo los cambios y ajustes pertinentes a los objetivos iniciales.

- El ministro o el subsecretario del ramo, cuando este último actúe por delegación del primero, o el jefe de servicio, según corresponda, deberán determinar el grado de cumplimiento de los convenios de desempeño de los altos directivos públicos de su dependencia, dentro de treinta días corridos, contados desde la entrega del informe.
- Los convenios de desempeño podrán modificarse una vez al año, por razones fundadas y previo envío de la resolución que lo modifica a la Dirección Nacional del Servicio Civil y al Consejo de Alta Dirección Pública, para su conocimiento.
- Los ministros o subsecretarios del ramo, cuando estos últimos actúen por delegación de los primeros, y jefes de servicio deberán enviar a la Dirección Nacional del Servicio Civil, para efectos de su registro, la evaluación y el grado de cumplimiento del convenio de desempeño, siguiendo el formato que esa Dirección establezca. La Dirección deberá publicar los convenios de desempeño de los altos directivos públicos y estadísticas agregadas sobre el cumplimiento de los mismos en la página web de dicho servicio. Además, deberá presentar un informe al Consejo de Alta Dirección Pública sobre el estado de cumplimiento de los referidos convenios.
- La Dirección Nacional del Servicio Civil podrá realizar recomendaciones sobre las evaluaciones de los convenios de desempeño. El ministro o el subsecretario del ramo o el jefe de servicio, según corresponda, deberá elaborar un informe respecto de tales recomendaciones.

Efectos del grado de cumplimiento del convenio de desempeño:

- El grado de cumplimiento del convenio de desempeño de los altos directivos públicos producirá el siguiente efecto:
 - a) El cumplimiento del 95 por ciento o más del convenio de desempeño dará derecho a percibir el 100 por ciento de la remuneración bruta que le corresponda según el sistema a que estén afectos.
 - b) El cumplimiento de más del 65 por ciento y menos del 95 por ciento dará derecho a percibir el 93 por ciento de dichas remuneraciones, más lo que resulte de multiplicar el 7 por ciento de la remuneración señalada en la letra a) por el porcentaje de cumplimiento del convenio de desempeño.
 - c) El cumplimiento del 65 por ciento o menos dará derecho a percibir el 93 por ciento de dichas remuneraciones.
- Durante los primeros doce meses contados desde el nombramiento, no se aplicará lo dispuesto en las letras que anteceden.
- Los altos directivos públicos nombrados a través de las normas del Sistema de Alta Dirección Pública, no serán evaluados conforme las normas previstas en el Párrafo 4º, "De las Calificaciones", contenido en el Título II, del Estatuto Administrativo, contenido en la Ley N° 18.834, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado se estableció en el DFL N° 29, de 16 de junio de 2004, del Ministerio de Hacienda.

5.6 CONDICIONES DE DESEMPEÑO DE ALTOS DIRECTIVOS PUBLICOS

Nombramiento

- La autoridad competente sólo podrá nombrar en cargos de alta dirección pública a alguno de los postulantes propuestos por el Consejo de Alta Dirección Pública o Comité de Selección, según corresponda. Si, después de comunicada una nómina a la autoridad, se produce el desistimiento de algún candidato que la integraba, podrá proveerse el cargo con alguno de los restantes candidatos que la conformaron. Con todo, la autoridad podrá solicitar al Consejo de Alta Dirección Pública complementar la nómina con otros candidatos idóneos del proceso de selección que la originó, respetando el orden de puntaje obtenido en dicho proceso.

Extensión del nombramiento y posibilidad de renovación

- Los nombramientos tendrán una duración de tres años. La autoridad competente podrá renovarlos fundadamente, hasta dos veces, por igual plazo, teniendo en consideración las evaluaciones disponibles del alto directivo, especialmente aquellas relativas al cumplimiento de los convenios de desempeño suscritos
- La decisión de la autoridad competente respecto de la renovación o término del periodo de nombramiento deberá hacerse con treinta días corridos de anticipación a su vencimiento, comunicando tal decisión en forma conjunta al interesado y a la Dirección Nacional del Servicio Civil, la que procederá, si corresponde, a disponer el inicio de los procesos de selección.

Efectos de la renuncia del directivo nombrado en fecha reciente

- Si el directivo designado renunciare dentro de los seis meses siguientes a su nombramiento, la autoridad competente podrá designar a otro de los integrantes de la nómina presentada por el consejo o el comité para dicho cargo.

Posibilidad de conservar el cargo en la planta si se posee

- Sin perjuicio de lo anterior, los funcionarios conservarán la propiedad del cargo de planta de que sean titulares durante el periodo en que se encuentren nombrados en un cargo de alta dirección pública, incluyendo sus renovaciones. Esta compatibilidad no podrá exceder de nueve años.

Cargos de exclusiva confianza para los efectos de remoción

- Los cargos del Sistema de Alta Dirección Pública, para efectos de remoción, se entenderán como de "exclusiva confianza". Esto significa que se trata de plazas de provisión reglada a través de concursos públicos, pero las personas así nombradas permanecerán en sus cargos en tanto cuenten con la confianza de la autoridad facultada para decidir el nombramiento.

Obligación de responder por la gestión eficaz y eficiente

- Los altos directivos públicos, deberán responder por la gestión eficaz y eficiente de sus funciones en el marco de las políticas públicas.
- Conforme así lo dispone el Artículo 64 del Estatuto Administrativo, serán obligaciones especiales de las autoridades y jefaturas, las siguientes:

a) Ejercer un control jerárquico permanente del funcionamiento de los órganos y de la actuación del personal de su dependencia, extendiéndose dicho control tanto a la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de los fines establecidos, como a la legalidad y oportunidad de las actuaciones;

b) Velar permanentemente por el cumplimiento de los planes y de la aplicación de las normas dentro del ámbito de sus atribuciones, sin perjuicio de las obligaciones propias del personal de su dependencia, y

c) Desempeñar sus funciones con ecuanimidad y de acuerdo a instrucciones claras y objetivas de general aplicación, velando permanentemente para que las condiciones de trabajo permitan una actuación eficiente de los funcionarios.

Obligación de dedicación exclusiva y excepciones

- Los altos directivos públicos deberán desempeñarse con dedicación exclusiva, es decir, existe imposibilidad de desempeñar otra actividad laboral, en el sector público o privado.
- Conforme así lo dispone el inciso primero del Artículo Sexagésimo Sexto de la Ley N° 19.882, los cargos de altos directivos públicos deberán desempeñarse con dedicación exclusiva y estarán sujetos a las prohibiciones e incompatibilidades establecidas en el artículo 1° de la ley N° 19.863, y les será aplicable el artículo 8° de dicha ley.
- El artículo 1° de la Ley N° 19.863, en los incisos quinto, sexto y séptimo, regula los escenarios de compatibilidad, lo que nos lleva a concluir que el desempeño de cargos del Sistema de Alta Dirección Pública permite el ejercicio de los derechos que atañen personalmente a la autoridad o jefatura; la percepción de los beneficios de seguridad social de carácter irrenunciable; los emolumentos que provengan de la administración de su patrimonio, del desempeño de la docencia prestada a instituciones educacionales y de la integración de directorios o consejos de empresas o entidades del Estado, con la salvedad de que dichas autoridades y los demás funcionarios no podrán integrar más de un directorio o consejo de empresas o entidades del Estado, con derecho a percibir dieta o remuneración. Con todo, la dieta o remuneración que les corresponda en su calidad de directores o consejeros, no podrá exceder mensualmente del equivalente en pesos de veinticuatro unidades tributarias mensuales.
- Cuando la dieta o remuneración mensual que les correspondiere fuere de un monto superior al que resulte de la aplicación del párrafo anterior, el director o consejero no tendrá derecho a la diferencia resultante y la respectiva empresa o entidad no deberá efectuar su pago.
- Por otro lado, los altos directivos públicos pueden desarrollar actividades docentes.
- Sobre el particular, el Artículo 8° de la Ley N° 19.863, dispone, lo siguiente:

"Independientemente del régimen estatutario o remuneratorio, los funcionarios públicos podrán desarrollar actividades docentes durante la jornada laboral, con la obligación de compensar las horas en que no hubieren desempeñado el cargo efectivamente y de acuerdo a las modalidades que determine el jefe de servicio, hasta por un máximo de doce horas semanales. Excepcionalmente, y por resolución fundada del jefe de servicio, se podrá autorizar, fuera de la jornada, una labor docente que exceda dicho tope."

Posibilidad de percibir una indemnización en el evento de desvinculación.

- El alto directivo público tendrá derecho a gozar de una indemnización equivalente al total de las remuneraciones devengadas en el último mes, por cada año de servicio en la institución en calidad de alto directivo público, con un máximo de seis, conforme a lo establecido en el inciso tercero del artículo quincuagésimo octavo de la Ley N° 19.882.
- La indemnización se otorgará en el caso que el cese de funciones se produzca por petición de renuncia, antes de concluir el plazo de nombramiento o de su renovación, y no concurra una causal derivada de su responsabilidad administrativa, civil o penal, o cuando dicho cese se produzca por el término del periodo de nombramiento sin que este sea renovado.

Otras obligaciones a las cuales se encuentran afectos los altos directivos públicos

- Los altos directivos públicos, deberán dar estricto cumplimiento al principio de probidad administrativa, previsto en el inciso primero del artículo 8° de la Constitución Política de la República y en el Título III de la Ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, N° 18.575.
- De igual modo, los altos directivos públicos, deberán dar estricto cumplimiento a las normas sobre Declaración de Intereses y de Patrimonio, previstas en la Ley N° 20.880 y su Reglamento, contenido en el Decreto N° 2, de 05 de abril de 2016, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia.
- Los Jefes Superiores de los Servicios Públicos y los Directores Regionales, conforme a lo dispuesto en la Ley N° 20.730 y su Reglamento, son sujetos pasivos de Lobby y Gestión de Intereses Particulares, por lo que quedan sometidos a dicha normativa para los efectos indicados.
- De igual modo, otros directivos, en razón de sus funciones o cargos pueden tener atribuciones decisorias relevantes o pueden influir decisivamente en quienes tengan dichas atribuciones. En ese caso, por razones de transparencia, el jefe superior del servicio anualmente individualizará a las personas que se encuentren en esta calidad, mediante una resolución que deberá publicarse de forma permanente en sitios electrónicos. En ese caso, dichos directivos pasarán a poseer la calidad de Sujetos Pasivos de la Ley del Lobby y Gestión de Intereses Particulares y, en consecuencia, quedarán afectos a la Ley N° 20.730 y su Reglamento, contenido en el Decreto N° 71, de junio de 2014, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia.
- Finalmente, los altos directivos públicos deberán dar estricto cumplimiento a las Instrucciones Presidenciales sobre Buenas Prácticas Laborales en Desarrollo de Personas en el Estado, contempladas en el Oficio del Gabinete Presidencial N° 001, de 26 de enero de 2015.