

**COMPROMISO DE GESTION entre
el Poder Ejecutivo y el Instituto Uruguay XXI**

AÑO 2017

Tipo de Compromiso	Institucional
Partes firmantes	Órgano Comprometido: Instituto Uruguay XXI Contrapartes: Ministerio de Relaciones Exteriores
Objeto	Partidas presupuestales a transferir por parte del Ministerio de Economía y Finanzas a Uruguay XXI, en función de metas de gestión.
Período de vigencia del CG	1º de enero de 2017 – 31 de diciembre de 2017
Normativa específica	Ley Nº 16.736 de 5 de enero de 1996 de creación del Instituto, arts. 202 a 216. Ley Nº 17.296 del 21 de febrero de 2001, arts. 187 a 191. Ley Nº 18.719 del 27 de diciembre de 2010, art. 752. Artículos 57 a 60 de la ley 19.149, de 24 de octubre de 2013. Decreto Nº 163/014, de 4 de junio de 2014. Reglamento de Compromisos de Gestión aprobado por la Comisión de Compromisos de Gestión el 12 de junio de 2014.

Antecedentes

La Ley de Presupuesto Nacional Nº 18.719 de 27 de Diciembre de 2010, en su art. 752, establece que las instituciones públicas o privadas que perciban subsidios o subvenciones con cargo al Presupuesto Nacional, mayores o iguales a \$ 20.000.000 (veinte millones de pesos uruguayos), deberán contar con compromisos de gestión suscritos con los Ministerios de referencia y con el informe favorable de cumplimiento, a efectos de poder hacer efectivo los importes correspondientes a partir del ejercicio 2012 inclusive.

Según el Decreto Nº 526 del 19 de Noviembre del 2009, todos los Compromisos de Gestión en los que participe una persona pública, deberán ser presentados ante la Comisión Reguladora de Compromisos de Gestión, la cual deberá estudiarlos y avalarlos. Es por ello que el presente compromiso se dará por aprobado una vez que cuente con el aval de la misma.

El Instituto Uruguay XXI es una persona de Derecho Público no estatal, creada por la Ley Nº 16.736 de 5 de enero de 1996, cuyo artículo 204 le atribuye, entre otros, los siguientes cometidos: a) realizar acciones promocionales tendientes a lograr el crecimiento, la diversificación y el mayor valor de las exportaciones; b) promover y coadyuvar a la difusión de la imagen del país en el exterior en lo que respecta a las inversiones y a las exportaciones; c) desarrollar y prestar servicios de información y apoyo a los exportadores e inversores, reales o potenciales; d) preparar y ejecutar planes, programas y acciones promocionales, tanto a nivel interno como externo, a través de representaciones permanentes, itinerantes u otras; e) asesorar al Poder Ejecutivo en todo lo concerniente a aspectos que puedan mejorar las condiciones para la inversión y exportación; y f) realizar toda otra actividad conducente al logro de sus objetivos.

Cláusula 1ra. Fecha y lugar de suscripción.

El presente Compromiso de Gestión se firma en Montevideo, el de de 2017.

Cláusula 2da. Partes que lo suscriben.

El presente Compromiso de Gestión se suscribe entre el Instituto **Uruguay XXI**, en calidad de Organismo Comprometido, representado por su Director Ejecutivo Dr. Antonio Carámbula con domicilio en la calle Rincón 518/528 de la ciudad de Montevideo; y el **Poder Ejecutivo** a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, representado por el Sr. Ministro de Relaciones Exteriores Rodolfo Nin Novoa.

Cláusula 3ra. Objeto.

El objeto de este compromiso de gestión es fijar, de común acuerdo, metas e indicadores que redunden en un mejor cumplimiento de los cometidos sustantivos del Organismo Comprometido, estableciendo la forma de pago de la contrapartida correspondiente al cumplimiento de dichas metas de gestión.

Cláusula 4ta. Período de vigencia del Compromiso.

El presente Compromiso de Gestión tendrá vigencia desde 1º de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2017.

Cláusula 5ta. Normas específicas a aplicar.

- Ley Nº 18.719 del 27 de diciembre de 2010, arts. 752
- Artículos 57 a 60 de la Ley 19.149, de 24 de octubre de 2013
- Decreto Nº 163/014, de 4 de junio de 2014
- Reglamento de Compromisos de Gestión aprobado por la Comisión de Compromisos de Gestión el 12 de junio de 2014
- Ley Nº 16.736, del 5 de enero de 1996 de creación del Instituto, arts. 202 a 216
- Ley Nº 17.296 del 21 de febrero de 2001, arts. 187 a 191

Cláusula 6ta. Compromisos de las partes.

El Instituto Uruguay XXI se compromete a cumplir con las siguientes metas que se detallan en el anexo I:

A. METAS DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

- A.1. Participantes en los distintos talleres de promoción de la cultura exportadora.
- A.2. Empresas que participan en una acción de promoción de exportaciones con apoyo de los servicios que brinda el Instituto.

B. METAS DEL DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

- B.1. Visitas Prospectivas realizadas.
- B.2. Fichas Producto-Destino-Empresas elaboradas para las empresas que asisten a las visitas comerciales.

C. METAS DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

C.1. Desarrollo del nuevo programa de RSE en Uruguay XXI.

D. METAS DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES

D.1. Oportunidades de inversión atendidas por Uruguay XXI.

D.2. Reuniones con empresas generadas en el exterior.

E. METAS DEL DEPARTAMENTO DE IMAGEN Y COMUNICACIÓN

E.1. Cantidad de noticias en medios de comunicación nacionales e internacionales que mencionen la participación y/o coordinación de Uruguay XXI en eventos de promoción de comercio exterior y captación de inversiones.

E.2. Cantidad de noticias en medios de comunicación nacionales e internacionales que mencionen los informes comerciales elaborados por Uruguay XXI.

F. METAS DEL DEPARTAMENTO DE MARCA PAIS

F.1 Cantidad de seguidores en la Fan Page Facebook (redes sociales)

F.2 Cantidad de empresas socias que usan el logo Uruguay Natural.

Por su parte el Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Economía y Finanzas, transferirá a Uruguay XXI el total de las partidas presupuestales por concepto de subsidio y/o subvención, correspondientes al año 2017.

Cláusula 7ma. Forma de pago del subsidio.

Contra la firma del presente compromiso y el cumplimiento de las metas a diciembre que forman parte del Compromiso de Gestión vigente para el ejercicio 2016, se habilitará el pago del 50% del crédito de apertura del ejercicio 2017, el que se distribuirá de acuerdo al cronograma acordado con el Ministerio de Economía y Finanzas.

El cumplimiento de las metas al 31 de julio de 2017 habilitará el pago del saldo del crédito vigente, el cual se abonará según el cronograma establecido.

El cumplimiento de las metas acordadas para el mes de noviembre de 2017, así como la suscripción del compromiso 2018, serán condicionantes para liberar las partidas correspondientes a dicho ejercicio 2018, en la forma y condiciones que se pacte en el compromiso que se suscriba para dicho ejercicio.

En todos los casos, cuando existan partidas extraordinarias para cubrir demandas judiciales, su pago no estará sujeto a las condiciones establecidas en la presente cláusula.

Cláusula 8va. Comisión de Seguimiento y Evaluación

Se constituirá una Comisión de Seguimiento y Evaluación del Compromiso de Gestión, integrada por las siguientes personas en carácter de titular:

Nombre	Institución	email	Teléfono institucional
Anibal Cabral	MRREE	Anibal.cabral@mrree.gub.uy	29021010
Carlos Britos	MEF	carlos.britos@mef.gub.uy	17122626
Pablo Quagliotti	Uruguay XXI	pquagliotti@uruguayxxi.gub.uy	29153838

Y los siguientes alternos:

Nombre	Institución	email	Teléfono institucional
Elizabeth Moretti	MRREE	elizabeth.moretti@mrree.gub.uy	29021010
Jessica Mosteiro	MEF	jessica.mosteiro@mef.gub.uy	17122696
Martin Sapriza	Uruguay XXI	msapriza@uruguayxxi.gub.uy	29153838

La Comisión tiene como cometido evaluar el grado de cumplimiento de las metas en los plazos establecidos en el compromiso, a partir de la documentación pertinente. El informe de la Comisión de Seguimiento se emitirá en un plazo no superior a 45 días luego de la fecha límite para el cumplimiento de la meta, remitiéndose inmediatamente a la Comisión de los Compromisos de Gestión.

El informe de la Comisión de Seguimiento deberá estar firmado por la totalidad de sus miembros.

La Comisión de Compromisos de Gestión podrá solicitar en cualquier momento a la Comisión de Seguimiento informes sobre el avance en el cumplimiento del compromiso.

Cláusula 9na. Transparencia

Uruguay XXI se compromete a poner a disposición toda información que la Comisión de Seguimiento y Evaluación requiera para el análisis, seguimiento y verificación de los compromisos asumidos a través del presente Compromiso de Gestión.

Por otro lado, Uruguay XXI comunicará los resultados del presente Compromiso al Ministerio de Relaciones Exteriores, y los publicará en la página WEB de la Institución.

Adicionalmente presentará, según las fechas planteadas en el Anexo II, la siguiente información para el año 2017:

G.1 Balance cerrado al 31/12/2016, con dictamen de auditoría externa, presentado al Tribunal de Cuentas dentro de los 90 días de finalizado el ejercicio.

G.2 Presupuesto Operativo 2017 elaborado por las gerencias y coordinado por la Gerencia de Administración y Finanzas.

G.3 Flujo de fondos histórico y proyectado 2017.

Cláusula 10ma. Salvaguardas y excepciones

La Comisión de Seguimiento y Evaluación podrá, por consenso y con previa aprobación de la Comisión de Compromisos de Gestión, ajustar las metas establecidas en la cláusula 6ª si su cumplimiento fuera impedido por razones de fuerza mayor o casos fortuitos.

Forman parte del presente contrato el Anexo I y el Anexo II.

Firma de las partes

Dr. Antonio Cerámbula
Director Ejecutivo de Uruguay XXI


Sr. Rodolfo Nin Novoa
Ministro de Relaciones Exteriores

INSTITUTO URUGUAY XXI

ANEXO I

DOCUMENTO DE COMPROMISO DE GESTIÓN.

CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO A SUSCRIBIR:

ELEMENTOS DE DISEÑO	CARACTERÍSTICAS
TIPO DE COMPROMISO	Institucional
PARTES FIRMANTES	Órgano Comprometido: Instituto Uruguay XXI
	Contraparte: Poder Ejecutivo representado por el Ministerio de Relaciones Exteriores
OBJETO	Partidas a transferir por el MEF al Instituto Uruguay XXI, en función del cumplimiento de metas de gestión.
PERIODO DE VIGENCIA DEL CG	1° de enero del 2017 – 31 de diciembre 2017
NORMATIVA ESPECIFICA	Ley N° 16.736 de creación del Instituto, arts 202 a 216; Ley 17.296, arts 187 a 191; Ley de Presupuesto Nacional 18719, artículo 752

METAS

A. METAS DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES

A.1

Objetivo estratégico:	Promover la cultura exportadora en todo el país.
OBJETIVO	Identificación de potenciales exportadores y difusión de los servicios y programas disponibles.
INDICADOR	Cantidad de participantes en los distintos talleres de promoción de la cultura exportadora.
FORMA DE CALCULO	X= Número de participantes en los talleres organizados por Uruguay XXI.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Informes de cierre de cada taller estableciendo la cantidad de participantes en cada uno, aprobado por la Gerencia del Departamento.”
VALOR BASE	288
META FINAL	320
PLAZO	30 de noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
RANGO DE CUMPLIMIENTO	288 a 319: 90% 320 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	Talleres de capacitación sobre temas estratégicos vinculados al proceso exportador. El objetivo es orientar y capacitar al empresario, en su inserción en el mercado internacional. Se estima un promedio de 30 participantes

	por taller.
--	-------------

A.2

Objetivo estratégico:	Promover la participación de empresas en especial las pymes en el proceso exportador, favoreciendo el desarrollo de las capacidades para lograrlo.
OBJETIVO	Participación en eventos de actividades de Promoción de Exportaciones.
INDICADOR	Cantidad de empresas que participan en una acción de promoción de exportaciones con apoyo de los servicios que brinda el Instituto.
FORMA DE CALCULO	X= Número de empresas que participan en una acción de promoción de exportaciones con apoyo de los servicios que brinda el Instituto.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Registro de participantes en las diferentes acciones de promoción de exportaciones, aprobado por la Gerencia del Departamento.
VALOR BASE	152
META INTERMEDIA	110
META FINAL	193
PLAZO	Meta intermedia: 31 de julio de 2017 Meta final: 30 de noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES
RANGO DE CUMPLIMIENTO	Meta Intermedia: 90 a 109: 80% 110 o superior: 100% Meta final: 152 a 192: 90% 193 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	Empresas que participan en las Visitas Comerciales y en las Misiones Inversas. Rondas organizadas en Uruguay de Negocios Business to Business con compradores internacionales.

B. METAS DEL DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

B.1

Objetivo estratégico:	Generar y mantener actualizada la información del escenario competitivo en el que Uruguay desarrolla sus actividades de promoción de exportaciones y captación de inversiones extranjeras productivas.
OBJETIVO	Generar información y divulgarla como insumo que contribuya con la estrategia de inserción internacional del Uruguay.
INDICADOR	Cantidad de visitas Prospectivas.
FORMA DE CALCULO	X= Número de visitas realizadas.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Informe de Prospectiva del país visitado, aprobados por la Gerencia del Departamento.
VALOR BASE	4
META INTERMEDIA	3
META FINAL	5
PLAZO	Meta intermedia: 31 de julio de 2017 Meta final: 30 de noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMPETITIVA
RANGO DE CUMPLIMIENTO	Meta Intermedia: 2 o menor: 75% 3 o superior: 100% Meta final: 4 o menor: 75% 5 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	Las visitas de prospectivas se realizan con el fin de obtener información específica de las oportunidades de negocios en los sectores que se quiere captar inversión o que puede existir una oportunidad comercial. A su vez, información sobre las oportunidades comerciales y los requisitos necesarios para que las empresas uruguayas puedan acceder a dicho mercado, por otro lado detectar nichos de oportunidades de promoción de inversiones en Uruguay.

B.2

Objetivo estratégico:	Generar y mantener actualizada la información del escenario competitivo en el que Uruguay desarrolla sus actividades de promoción de exportaciones y captación de inversiones extranjeras productivas.
OBJETIVO	Generar información y divulgarla como insumo que contribuya con la estrategia de inserción internacional del Uruguay.
INDICADOR	Cantidad de Fichas Producto-Destino-Empresas.
FORMA DE CALCULO	X= Número de Fichas Producto-Destino-Empresas.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Fichas Producto-Destino-Empresas elaboradas para las empresas que asisten a las visitas comerciales.
VALOR BASE	20
META INTERMEDIA	14
META FINAL	22
PLAZO	Meta intermedia: 31 de julio de 2017 Meta final: 30 de noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA COMPETITIVA
RANGO DE CUMPLIMIENTO	Meta intermedia: entre 12 y 13: 90% 14 o superior: 100% Meta final: entre 20 y 21: 90% 22 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	En base a información cualitativa obtenida en las Visitas de Prospectiva, se elaboran Fichas Producto-Destino- Empresas para las empresas que asisten a las visitas comerciales con el Departamento de Exportaciones. Estas fichas se elaboran después de la visitas de Prospectiva y antes de la visita Comercial, de forma que cada empresa llegue al destino con la información básica necesaria para hacer negocios en el mercado en cuestión.

C. METAS DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS**C.1**

Objetivo estratégico:	Contribuir a la mejora de la gestión del Instituto.
OBJETIVO	Desarrollo del programa de RSE Institucional.
INDICADOR	Desarrollo del nuevo programa de RSE en Uruguay XXI.
FORMA DE CALCULO	No corresponde.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Informe con aprobación del Director Ejecutivo o Gerente General del Programa de RSE Institucional, sobre el proceso de la implementación del programa y las evidencias de las acciones realizadas.
VALOR BASE	No aplica.
META FINAL	Plan de RSE elaborado y aprobado. Ejecución de dos actividades del plan elaborado.
PLAZO	30 de noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
RANGO DE CUMPLIMIENTO	No corresponde
PONDERACION	
OBSERVACIONES	<p>Poder gestionar a través del voluntariado corporativo, acciones de responsabilidad social empresarial, en el entendido que las mismas generan un impacto, tanto a nivel social como económico, y también dentro del clima organizacional.</p> <p>El programa tendrá tres grandes pilares: empresa sustentable (programas de reciclaje y cuidado ambiental); bienestar empresarial y voluntariado corporativo (campañas de colaboración).</p>

D. METAS DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCION DE INVERSIONES

D.1

Objetivo estratégico:	Atender consultas de inversores extranjeros que se acercan a Uruguay XXI.
OBJETIVO	Atender consultas de potenciales inversores extranjeros interesados en hacer negocios en el Uruguay y apoyarlos en el proceso de toma de decisiones.
INDICADOR	Oportunidades de inversión atendidas por Uruguay XXI.
FORMA DE CALCULO	X= Número de oportunidades de inversión atendidas por el instituto.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Programa CRM de Uruguay XXI
VALOR BASE	0
META INTERMEDIA	60
META FINAL	90
PLAZO	Meta intermedia: 31 de julio de 2017 Meta final: 30 de Noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN
RANGO DE CUMPLIMIENTO	Meta intermedia: Entre 50 y 59: 85%, 60 o superior: 100% Meta final: Entre 76 y 89: 85%, 90 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	El registro de las oportunidades de inversión refleja el proceso de atención a los potenciales inversores en la toma de decisión de la instalación de una inversión extranjera en nuestro país. Abarca desde el primer contacto del inversor con Uruguay XXI, hasta que se define la instalación o no de la inversión en el país. Las oportunidades de inversión se clasifican en dos situaciones. Por acción reactiva, el inversor es quien toma la iniciativa de consultar a Uruguay XXI. Y acción proactiva, Uruguay XXI toma la iniciativa de llegar al inversor. A su vez, la implementación en 2017 de un nuevo software de CRM en Uruguay XXI permite un registro más

	pormenorizado del proceso de atracción de inversiones y de atención al inversor. Con el anterior software no fue posible el registro de este indicador, por lo cual el valor base es 0.
--	---

D.2

Objetivo estratégico:	Captar inversión productiva que genere empleos de calidad y desarrollo económico.
OBJETIVO	Participación y organización de actividades internacionales de captación de inversiones.
INDICADOR	Reuniones con empresas generadas en el exterior.
FORMA DE CALCULO	X= Número de reuniones con empresas generadas en el exterior.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Informes de misiones al exterior aprobados por la Gerencia del Departamento.
VALOR BASE	137
META FINAL	145
PLAZO	30 de Noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN
RANGO DE CUMPLIMIENTO	137 a 144: 90%, 145 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	<p>En las misiones al exterior, se realizan reuniones con corporaciones extranjeras con posibilidad de tener interés en Uruguay como destino de inversión. Previamente se estudia en profundidad los sectores priorizados, las empresas que pertenecen a los mismos y se identifican los tomadores de decisión para ser contactados.</p> <p>Para la línea base se excluyeron las reuniones mantenidas durante China-LAC 2016 que implicó una misión importante en China. Tampoco se tendrá en cuenta las generadas por la organización en Uruguay del China LAC 2017, por su impacto son un elemento de distorsión en la</p>

comparación y porque la de este año no es realizado en el exterior.

E. METAS DEL DEPARTAMENTO DE IMAGEN Y COMUNICACION

E.1

Objetivo estratégico:	Afianzar el rol y visibilidad del Instituto en la consolidación, expansión y diversificación de las exportaciones de bienes y servicios del Uruguay, en la atracción de inversiones y el impulso de la Imagen País.
OBJETIVOS	Posicionar a Uruguay XXI como instituto que trabaja para la internacionalización de la economía uruguaya.
INDICADOR	Cantidad de noticias en medios de comunicación nacionales e internacionales que mencionen la participación y/o coordinación de Uruguay XXI en eventos de promoción de comercio exterior y captación de inversiones (talleres, ferias y misiones internacionales, presentaciones, entre otros).
FORMA DE CALCULO	X= Número de noticias generadas por medios nacionales e internacionales.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Informe de clipping de noticias en medios de comunicación aprobado por la Gerencia del Departamento.
VALOR BASE	889
META FINAL	930
PLAZO	30 de noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE IMAGEN Y COMUNICACIÓN
RANGO DE CUMPLIMIENTO	889 a 929: 90 %, 930 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	Las noticias en medios de comunicación pueden ser en radio, prensa escrita, televisión, portales o buscadores y boletines de agencias internacionales. Se exceptúan las notas referidas a China-LAC 2017 por tratarse de un evento particular con un gran impacto mediático que distorsionaría la comparación anual.

E.2

Objetivo estratégico:	Afianzar el rol y visibilidad del Instituto en la consolidación, expansión y diversificación de las exportaciones de bienes y servicios del Uruguay, en la atracción de inversiones y el impulso de la Imagen País.
OBJETIVOS	Posicionar a Uruguay XXI como productor y centro referente de información sobre comercio exterior y captación de inversiones.
INDICADOR	Cantidad de noticias en medios de comunicación nacionales e internacionales que mencionen los informes comerciales elaborados por Uruguay XXI.
FORMA DE CALCULO	X= Número de noticias generadas en medios de comunicación que mencionen los informes comerciales elaborados por Uruguay XXI.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Informe de clipping de noticias en medios de comunicación aprobado por la Gerencia del Departamento.
VALOR BASE	584
META FINAL	630
PLAZO	30 de noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE IMAGEN Y COMUNICACIÓN
RANGO DE CUMPLIMIENTO	584 a 629: 90%, 630 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	Las noticias en medios de comunicación pueden ser en radio, prensa escrita, televisión, portales o buscadores y boletines de agencias internacionales.

F. METAS DEL DEPARTAMENTO DE MARCA PAIS

F.1

Objetivo estratégico:	Incentivar la participación y la identificación de los uruguayos con la Marca País para construir y proteger la reputación internacional del país y su imagen en el exterior.
OBJETIVO	Cantidad de seguidores en la Fan Page de facebook (redes sociales).
INDICADOR	"likes" en la fan page Marca País Uruguay
FORMA DE CALCULO	X= número de seguidores
FUENTES DE INFORMACIÓN	estadísticas de facebook
VALOR BASE	0
META FINAL	500
PLAZO	30 de Noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE MARCA PAIS
RANGO DE CUMPLIMIENTO	350 a 499 : 80% 500 o superior : 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	La fan page de facebook se creó en abril de 2017 con el fin de generar posicionamiento de marca y comunidad entre los socios de marca país. La tendencia es vincular las redes sociales a la web que son la primera fuente de información al buscar un país ya sea para invertir, para turismo, segunda residencia o para comprar productos de origen. Las redes nutren una Web social en movimiento y generan fidelidad hacia la marca. Usando las estadísticas de las redes se puede medir la trayectoria de la comunidad, el impacto, el número de seguidores y la visibilidad país. A la vez permite hacer campañas digitales siendo mucho más efectivas y económicas que las de los medios tradicionales al poder segmentar los públicos y mercados.

F.2

Objetivo estratégico:	Incentivar la participación y la identificación de los uruguayos con la Marca País para construir y proteger la reputación internacional del país y su imagen en el exterior.
OBJETIVO	Aplicaciones de marca.
INDICADOR	Cantidad empresas socias que usan el logo de Uruguay Natural
FORMA DE CALCULO	X= Número de empresas socias que usan el logo en 2017
FUENTES DE INFORMACIÓN	Registro de aplicaciones de marca
VALOR BASE	50
META FINAL	100
PLAZO	30 de Noviembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DE MARCA PAIS
RANGO DE CUMPLIMIENTO	Entre 50 y 99: 85% 100 o superior: 100%
PONDERACION	
OBSERVACIONES	Una empresa para ser socio de la Marca País debe firmar un convenio con el Ministerio de Turismo (Representante legal de la Marca País), logrando el beneficio de utilizar la marca país. En un principio el objetivo fue sumar socios para lograr volumen, hoy en día lo que buscamos es que las empresas socias de marca país realmente usen el logo en su material promocional, comunicaciones y packagings.

ANEXO II

INFORMACION ADICIONAL

Gestión de fondos y procesos administrativos contables del Instituto

G.1

INFORME	Balance cerrado al 31/12/2016, con dictamen de auditoría externa, presentado al Tribunal de Cuentas dentro de los 90 días de finalizado el ejercicio.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Balance cerrado al 31/12/2016, con dictamen de auditoría externa aprobado por el Director Ejecutivo y constancia de presentación del mismo ante el Tribunal de Cuentas.
PLAZO	31 de julio del 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

G.2

INFORME	Presupuesto Operativo 2017 elaborado por las gerencias, coordinado por la Gerencia de Administración y Finanzas, y aprobado por el Director Ejecutivo o el Gerente General.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Presupuesto Operativo 2017, aprobado por el Director Ejecutivo o el Gerente General.
PLAZO	31 de julio del 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

G.3

INFORME INTERMEDIO	Proyección de Flujo de Fondos mensual 2017 detallando los ingresos, los gastos y saldos de disponibilidades.
INFORME FINAL	Revisión de Flujo de Fondos mensual 2017 ajustado con datos reales a octubre 2017.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Flujos de fondos aprobados por el Director Ejecutivo o el Gerente General.
PLAZO	Intermedio: 31 de julio del 2017 Final: 15 de diciembre de 2017
RESPONSABLES:	DIRECTOR EJECUTIVO, GERENTE GENERAL, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

