

Santiago, 19 de diciembre de 2017

Señor  
Alejandro Charme Chávez.  
Gerente de Compliance Empresa Nacional del Petróleo  
Presente

Estimado señor:

Junto con saludarle, los abajo firmantes, en nuestra calidad de Directorio y en representación de la Federación de Sindicatos de Trabajadores del Petróleo y Afines de Chile FENATRAPECH, nos dirigimos a usted en relación al proyecto de creación de un nuevo logo e imagen corporativa para la Empresa.

El proyecto de modificación del Logo e imagen corporativa de ENAP ha sido impulsado por la presente administración, concretándose su presentación pública en la promulgación de la Ley 21.025 que Establece un Nuevo Gobierno Corporativo de la ENAP, el pasado 27 de julio, con la presencia de la Presidenta de la República.

Cabe recordar que, desde el inicio del proyecto, las organizaciones sindicales hemos expresado nuestra preocupación por el costo de esta iniciativa, tanto en lo que implica el diseño de la imagen corporativa nueva, como en lo relativo a su aplicación en el conjunto de elementos tales como papelería, ropa de trabajo, infraestructura y vehículos de ENAP, sin tener aún una respuesta de la Empresa al respecto.

Esta preocupación ha sido también expresada por autoridades del Congreso Nacional. En efecto, el pasado 15 de noviembre de 2016, en sesión de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados, Sr. Fuad Chahín preguntó al Gerente General, Sr. Marcelo Tokman acerca del costo de esta iniciativa, respondiendo el Gerente que un costo de cerca de \$150.000.000 de pesos, conforme señala el acta de la Sesión Especial 260 de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados, disponible en el sitio de internet de la Cámara, la cual adjuntamos.

Como bien señalábamos, el pasado 27 de julio se presentó el nuevo logo y con él la nueva imagen corporativa, consistiendo el logo en un conjunto de puntos de colores dispuestos en círculo, tal como es posible apreciar.



Suponemos que dicho logo ha nacido después de un exhaustivo proceso de diseño y trabajo por parte de la agencia contratada para tal efecto, en conjunto con sus contrapartes de la Empresa, en base a un contrato y a una planificación acorde con el valor declarado.

Sin embargo, es posible constatar que dicho logo no es enteramente original, sino que presenta una semejanza relevante con otro logo existente en el ámbito petrolero.

En efecto, en junio de 2015, las distintas empresas e instituciones vinculadas a la explotación petrolera en Arabia Saudita, constituyeron una Mesa para el Entrenamiento en el Sector Energético (BEST por su sigla en inglés), destinado a desarrollar estrategias que permitan acercar la oferta y la demanda de trabajo del sector energético saudí, mediante el establecimiento de iniciativas coordinadas de educación y capacitación<sup>1</sup>.

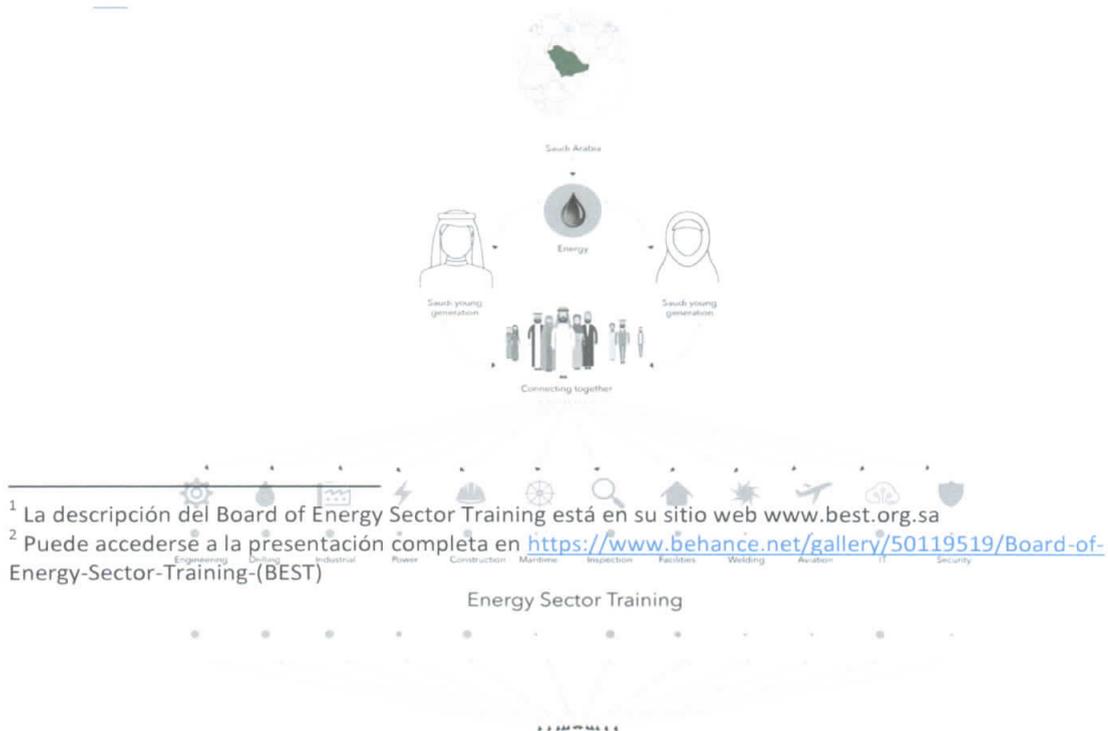
El logo de dicha plataforma es



Como podemos apreciar, dicho logo presenta el mismo desarrollo de puntos en círculo, en una base de colores similares a los contenidos en el nuevo logo ENAP.

A mayor abundamiento, en la página de la plataforma Behance, que busca promover y difundir el pensamiento creativo, se despliega el análisis creativo y el proceso de diseño del concepto y logo de BEST. Dicho proceso es presentado por Rajeev Lalith, Director de Arte de Mirajmedia, empresa de Bahrein, responsable del mismo. En dicha presentación se desarrolla el mapa conceptual del desarrollo del logo de BEST<sup>2</sup>, desarrollo que demuestra con mayor claridad la coincidencia con los conceptos e imágenes contenidas en el nuevo logo de ENAP, tal y como es posible apreciar en la gráfica siguiente.

### LOGO DEVELOPMENT PROCESS



<sup>1</sup> La descripción del Board of Energy Sector Training está en su sitio web [www.best.org.sa](http://www.best.org.sa)

<sup>2</sup> Puede accederse a la presentación completa en [https://www.behance.net/gallery/50119519/Board-of-Energy-Sector-Training-\(BEST\)](https://www.behance.net/gallery/50119519/Board-of-Energy-Sector-Training-(BEST))



Energy circle



Transforming into a "Swoosh"

Wave of energy  
 Youth potential  
 Fluid dynamics  
 Flexible style  
 Futuristic thinking  
 Creative flow  
 Empowering careers  
 Training solutions  
 Investment in the future  
 Fulfilling market needs  
 Holistic education



TYPOGRAPHY

**BEST**

**BEST**

مجلس التدريب لقطاع الطاقة  
 Board of Energy Sector Training

Así, como es posible apreciar, el logo de ENAP recoge de forma sorprendente, el concepto, el desarrollo y la imagen de otra institución vinculada al mundo del petróleo.

Para una Empresa como ENAP, con presencia no sólo en Chile sino que también en el extranjero, esta coincidencia puede implicar efectos reputacionales importantes en el concierto de las empresas e instituciones vinculadas a la exploración, explotación y comercialización de hidrocarburos. Ello, porque se genera la natural duda respecto de la integridad del proceso creativo que dio lugar al logo ENAP y la posibilidad de que este proceso tomase directamente conceptos o el resultado de aquel desarrollado para BEST en 2015.

Adicionalmente, también debemos mencionar el gran parecido, casi igual, del logo contratado por ENAP, con el que tiene la empresa Reuters y otras empresas del rubro farmacéutico.

Por tanto, nos asiste la convicción de que el pago por una imagen corporativa que puede presentar problemas de este tipo y sobre cuya originalidad se pueden establecer dudas razonables, puede implicar no sólo un daño patrimonial a la Empresa, tanto por el gasto efectuado en un trabajo que no presenta necesariamente la originalidad que debe ser básica en cualquier logo distintivo de una Empresa como esta, como por los posibles efectos derivados del daño reputacional a la Empresa.

Es por esto que, de comprobarse esta falta de originalidad en la propuesta, estaríamos ante una afectación clara al patrimonio de la Empresa, y, por tanto frente a un incumplimiento del deber establecido en el punto 1 del título La Empresa: Patrimonio e Información, del Código de Ética de ENAP, que señala:

*“1.- Respeto por el patrimonio de la Empresa.*

*Todos los miembros de ENAP deben cuidar los bienes y la reputación de la empresa.”*

Por tanto, venimos en establecer una denuncia y solicitar una investigación que establezca:

- 1.- El mecanismo de licitación del contrato de Logo de ENAP y nueva imagen corporativa.
- 2.- El costo para la Empresa de dicho contrato y de las acciones necesarias para implementar dicha imagen corporativa en los distintos elementos que utilizan el logo ENAP.
- 3.- El control que ejerció la contraparte del contrato en ENAP respecto del trabajo creativo de la agencia que desarrolló el contrato.
- 4.- La posibilidad de que la propuesta final de logo hubiese copiado total o parcialmente el trabajo de Mirajmedia para BEST, de Reuters u otras empresas que actualmente utilizan el mismo logo.
5. Las responsabilidades del proveedor y de sus contrapartes en la Empresa en caso de verificarse dicha copia.
- 6.- Proponga las sanciones que correspondan y las medidas necesarias para defender el patrimonio de ENAP.

Cualquier duda u otro antecedente que necesite, estamos a su completa disposición.

Sin otro particular, le saludan atentamente.

#### DIRECTIVA NACIONAL FENATRAPECH



Nolberto Díaz S.

Presidente Nacional FENATRAPECH



William Montes Ch.

Secretario Nacional FENATRAPECH



Paulo Pino G.

Tesorero Nacional FENATRAPECH