

**APRUEBA BASES Y ANEXOS VENTANILLA
ABIERTA PARA LA POSTULACIÓN DE
PROYECTOS A CAMPAÑAS DE
COFINANCIAMIENTO DE ACCIONES DE
PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL
AÑO 2018 Y LLAMA A POSTULACIÓN DE
PROYECTOS.**



RESOLUCIÓN EXENTA N° _____

0619

SANTIAGO, 22 AGO 2018

VISTO

Lo dispuesto en el Decreto Ley N° 1224, de 1975, que crea el Servicio Nacional de Turismo; en la Ley N.º 20.423, de 2010, Del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo; en la Ley N.º 21.053, de Presupuestos del Sector Público para el año 2018; en el D.F.L. N.º 1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que Fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en la Ley N.º 19.880, que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado; en el Decreto N°449, de 08 de mayo de 2012, del Ministerio de Economía Fomento y Turismo, que Fija el Orden de Subrogación del Director Nacional del Servicio Nacional de Turismo y la Resolución T.R.A. N° 266/487/2017, de 26 de mayo de 2017, que nombra en calidad de Fiscal del Servicio Nacional de Turismo, a doña María José Gutierrez Araque; en la Resolución N° 1.600 de 2008, de la Contraloría General de la República, que Fija Normas sobre Exención del Trámite de Toma de Razón;

CONSIDERANDO

1. Que, el Servicio Nacional de Turismo, en adelante indistintamente SERNATUR, es un órgano público descentralizado, que tiene como objeto investigar, planificar, fomentar, promover y coordinar la actividad turística del país. Su misión es fomentar el desarrollo sustentable de la actividad turística, a través de la coordinación público-privada, del resguardo de la calidad de los servicios turísticos, de la promoción nacional e internacional, del impulso e implementación de programas especiales de investigación, promoción y distribución de información; de forma de contribuir al crecimiento económico y social del país.

2. Que, en este contexto, el rol de SERNATUR es ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que benefician a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.

3. Que, la Ley N° 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo, dispone en su título VI "De la Promoción", que el estado impulsará una imagen del país tanto en el territorio nacional como en el exterior, que promueva sus atractivos de carácter patrimonial, natural, cultural y cualquier otro con valor turístico, que conduzca a la inserción de Chile en los mercados internacionales.

4. Que, SERNATUR es el organismo responsable de las actividades y de ejecutar las tareas que deriven del diseño de planes y programas de

promoción turística de Chile, pudiendo llevarlas a cabo con la colaboración de entidades del sector privado.

5. Que, conforme a lo anterior, y con la finalidad de promocionar turísticamente a Chile en el extranjero, y en el marco del Programa de Promoción Turística, se realizarán asignaciones vía ventanilla abierta de los recursos destinados a la realización de acciones de promoción y difusión de Chile como destino turístico.

6. Que, se encuentra certificada la disponibilidad presupuestaria, a través del Certificado de Disponibilidad Presupuestaria N° 563, de fecha 9 de agosto de 2018, por un monto total de \$480.847.576 (cuatrocientos millones ochocientos cuarenta y siete mil quinientos setenta y seis pesos), por lo que

RESUELVO

1º APRUÉBANSE, las siguientes Bases Generales de la ventanilla abierta para la postulación de Proyectos a Campaña de cofinanciamiento de acciones de Promoción Turística Internacional cuyo texto es el siguiente:

"BASES GENERALES VENTANILLA ABIERTA PARA LA POSTULACIÓN DE PROYECTOS A CAMPAÑA DE COFINANCIAMIENTO DE ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL"

INTRODUCCIÓN

El Servicio Nacional de Turismo, para efectos de estas bases SERNATUR o el "Servicio", es un órgano público descentralizado, creado por el Decreto Ley N° 1.224 de 1975 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que tiene como objeto investigar, planificar, fomentar, promover y coordinar la actividad turística del país. Su misión es fomentar el desarrollo sustentable de la actividad turística, a través de la coordinación público-privada, del resguardo de la calidad de los servicios turísticos, de la promoción nacional e internacional, del impulso e implementación de programas especiales de investigación, promoción y distribución de información; de forma de contribuir al crecimiento económico y social del país.

Para cumplir con este objeto la ley le ha otorgado facultades para orientar, coordinar e incentivar la actividad del sector público y privado hacia planes, programas y proyectos de carácter turístico, así como para celebrar convenios con personas naturales o jurídicas o con organismos públicos o privados con el objeto de promover y facilitar el intercambio y desarrollo turístico; y para convenir y contratar con personas naturales o jurídicas, organismo públicos o privados, la colaboración o coordinación necesaria para el mejor cumplimiento de sus funciones.

En este sentido, a SERNATUR le corresponde ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que benefician a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

Para lo anterior, se formula un Plan de Acción de Promoción Turística Internacional anual, cuyos lineamientos son elaborados en conjunto por SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo y en base al plan de Marketing Turístico Internacional vigente. El plan de acción contempla acciones dirigidas a potenciales turistas extranjeros, y una serie de acciones enfocadas en la industria turística internacional.

En la actualidad, el Plan de Marketing Turístico Internacional, establece mercados prioritarios para la promoción, tales como Europa, Norteamérica y países de la región, como Argentina, Brasil y Colombia. Además, define productos, con sus respectivas estrategias de posicionamiento, como

también las acciones promocionales a realizar en cada año, entre las que destacan la producción de material gráfico, participación en ferias de turismo, invitación a prensa extranjera, encuentros comerciales, seminarios y capacitación a agentes de viajes extranjeros y campañas a público final, entre otras actividades.

Las presentes bases de ventanilla abierta para la postulación a la campaña de cofinanciamiento de Promoción Turística Internacional constituyen el marco regulador para la convocatoria que realice SERNATUR para la presentación de proyectos. En ellas se definen los aspectos técnicos y administrativos a los cuales deberán sujetarse quienes participen en la mencionada convocatoria, para la transferencia de recursos públicos.

SECCIÓN 1: BASES TÉCNICAS

1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS GENERALES.

1.1 Antecedentes.

El programa de Promoción Turística Internacional, en adelante el "Programa", es un instrumento público cuyo principal objetivo es promover la industria turística de nuestro país a nivel internacional, por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales. Para ello, se diseña un plan de marketing, el cual orienta y focaliza nuestros recursos de marketing y financieros. Esto ha permitido en los últimos años, la ejecución de acciones promocionales consistentes y sistemáticas en los mercados más favorables para nuestro turismo.

1.2 Objetivo general.

Para afrontar los desafíos impuestos por el Plan de Promoción Internacional, SERNATUR ha diseñado distintas líneas de promoción turística internacional. Una de ellas es el financiamiento de proyectos de Promoción Turística Internacional presentados por terceros a través de una campaña de cofinanciamiento para la promoción turística internacional.

El objetivo de estos proyectos es apalancar recursos del sector privado para la inversión y promoción conjunta del destino Chile.

Este modelo, permite hacer una promoción más tangible frente al consumidor final y canal de comercialización, más alejada de una promoción genérica y con un claro llamado a la acción, que incluyen acciones tales como: Campañas en medios *on* y *off line*, capacitaciones, participación en ferias y eventos.

1.3 Objetivos Específicos.

Potenciar el interés de viajar a Chile y mejorar el posicionamiento del destino a partir de la suma de recursos y esfuerzos en conjunto con entidades del sector.

Fomentar la llegada de turistas extranjeros a Chile, para así beneficiar al país y fortalecer la industria turística en general.

En conjunto con lo anterior, contribuir a aumentar la estadía y el gasto promedio de los Turistas que llegan a Chile a través de la diversificación de destinos y productos turísticos promocionados internacionalmente, orientando las distintas acciones, a mercados objetivos, priorizados en el Programa de Promoción Turística Internacional así como en el Plan de Marketing de SERNATUR.

2. PROYECTOS A FINANCIAR

Los proyectos a co financiar corresponden a campañas de marketing que tengan como objetivo la promoción internacional según los lineamientos y objetivos que se detallan en las presentes

bases.

Se distinguirán dos tipos de proyectos a financiar:

Línea A: Corresponderá a aquellos proyectos en que su financiamiento total (público y privado) sea superior a **\$10.000.001.-** (diez millones un peso). **El cofinanciamiento público de estos proyectos será de hasta un 65% del monto total**, incluido impuestos, si los hubiere y cualquier otro gasto asociado. Esta línea tendrá el 85% del total del fondo disponible.

Línea B: Corresponderá a aquellos proyectos en que su financiamiento total (público y privado) sea hasta **\$10.000.000.-** (diez millones de pesos). **El cofinanciamiento público de estos proyecto será solo hasta un 80% del monto total**, incluido impuestos, si los hubiere y cualquier otro gasto asociado. Esta línea tendrá el 15% del total del fondo disponible.

Los postulantes deberán presentar proyectos asociados a una sola línea de financiamiento, es decir, un postulante no puede presentar proyectos en ambas líneas de financiamiento.

2.1 Lineamientos Estratégicos

A. Lineamientos Generales

Los proyectos deberán contener acciones dirigidas a los mercados definidos, acorde al objetivo de intervención, establecido para cada uno de ellos en las presentes bases. (*Punto 2.1 Lineamientos Estratégicos: B. Mercados a abordar y objetivo de la intervención*)

Se entenderá por proyecto al conjunto de acciones que se desarrollen en un mercado.

Todos los proyectos deberán contener a lo menos la acción "plan de medios". Este plan de medios deberá tener como mínimo un 70% de inversión online.

Adicionalmente, los proyectos podrán contener acciones tales como:

1. Capacitaciones/talleres
2. Misiones Comerciales
3. Participación en ferias o eventos como expositores (las ferias y eventos no deben estar consideradas en el calendario de acciones de Sernatur).
4. BTL (Acciones complementarias a planes de medio, de alto impacto y dirigidos a un segmento específico).

Las acciones que utilicen soportes propios, ya sea de las empresas postulantes o de sus socios estratégicos, deberán ser financiadas exclusivamente con fondos privados (pecuniarios o valorados).

Las gráficas asociadas a todas las actividades del proyecto presentado deberán desarrollarse en el marco del manual de marca del destino Chile y la Guía Comunicacional de la Marca País. (Descargar Guía Comunicacional de la Marca Chile: <http://bit.ly/2qYGZV1>, Descargar Manual de Marca Destino Chile: <http://bit.ly/2ru9B7g>). En caso de que los manuales antes mencionados, sufran modificaciones los manuales antes indicados, SERNATUR enviará oportunamente a los "entes ejecutores" las versiones actualizadas. **Será responsabilidad del "ente ejecutor" actualizar las gráficas de acuerdo a las versiones actualizadas de los manuales.**

Se aceptará incluir un máximo de dos marcas, además de la marca Chile, la cual deberá tener obligatoriamente la misma presencia que cada una de las otras marcas presentes. Es decir, en las gráficas pondrán estar presente hasta 3 marcas una de las cuales deberá ser la marca Chile.

Todas las piezas promocionales que incluyan contenido o "llamados escritos", deben ser enviadas en idioma español y/o inglés en forma previa a la publicación para verificación por parte de Sernatur que el mensaje sea concordante con los lineamientos estratégicos establecidos para el Programa de Promoción Turística Internacional.

Toda vez que se realice una publicación en redes sociales propias del postulante o socio estratégico deberán incluirse las redes sociales oficiales de Chile Travel (**Instagram: @Chiletravel y facebook: @Chiletravelguide**).

Todas las piezas gráficas asociadas al proyecto deben ser aprobadas por Sernatur previa publicación o difusión.

En Anexo N°8 se presenta el Manual de Uso de la Marca en Campañas.

B. Mercados a abordar y objetivo de la intervención

Mercado	Estrategia de intervención
Argentina	Mantenimiento y posición Desarrollo y Crecimiento
Brasil	Mantenimiento y posición Desarrollo y Crecimiento
Perú	Mantenimiento y posición
Colombia	Desarrollo y Crecimiento
Estados Unidos y Canadá	Posicionamiento y desarrollo
México	Posicionamiento y desarrollo
Inglaterra	Posicionamiento y desarrollo
España	Desarrollo y Crecimiento
Francia	Desarrollo y Crecimiento
Alemania	Desarrollo y Crecimiento
Australia	Desarrollo y Crecimiento

Líneas de acción a financiar de acuerdo a la Estrategia de Intervención por Mercado

- a) **Mantenimiento y Posición:** Estrategia basada en la consolidación y mantención de las llegadas y divisas y en incrementar la frecuencia de visita a Chile durante al año, para contribuir a la desestacionalización.

Objetivos:

- Mantener y consolidar las llegadas y divisas.
- Ampliar la frecuencia de visitas durante todo el año, a todos los destinos limítrofes de Chile.

Recomendaciones:

- BTL en lugares de alto tráfico.
- Publicidad en vía pública.
- Campañas online y/u offline.
- Capacitación a fuerza de venta (Agencia de viajes).

- b) **Desarrollo y Crecimiento:** Estrategia basada en incrementar las llegadas y divisas para estos mercados, profundizando en la captación de segmentos históricos y nuevos, con campañas de alto impacto en las grandes ciudades.

Objetivos:

- Incrementar llegadas y divisas de estos mercados a través de la promoción de destinos ya consolidados y posicionando otros nuevos, de alto valor turístico. Incrementar la pernoctación promedio, el gasto promedio diario, y en consecuencia el ingreso de divisas totales.

Recomendaciones:

- Focalización en las grandes capitales regionales.
 - Desarrollo de nuevos productos acordes a esos mercados.
 - Acciones a público final y BTL, en conjunto con los socios locales.
 - Campañas online y/u offline.
 - Capacitación a Tour Operadores y Agencias de Viaje.
 - Participación en ferias y eventos.
- c) **Posicionamiento y Desarrollo:** Estrategia basada en mejorar el conocimiento que se tiene de Chile como destino turístico destacado en Sudamérica y el mundo, aprovechando las atracciones de Chile y su conectividad.

Objetivos:

- Mejorar el posicionamiento de Chile como destino turístico destacado fundamental en Sudamérica.
- Incrementar el *market share* de llegadas a Chile en relación al set competitivo de países en Sudamérica.

Recomendaciones:

- Reforzar e insistir en mensajes de los destinos y productos íconos y únicos de Chile, para generar posicionamiento de la necesidad de incluir a Chile en los paquetes del *trade* y en las publicaciones de los medios.
- Foco en acciones con *trade* y medios.
- Desarrollo de nuevos productos acordes a esos mercados.
- Acciones a público final y BTL, en conjunto con los socios locales.
- Campañas online y/u offline.
- Capacitación a Tour Operadores y Agencias de Viaje.
- Participación en ferias y eventos.

Para mayor información de los lineamientos generales se debe revisar el plan de Marketing Turístico Internacional 2016-2018 disponible en <http://www.subturismo.gob.cl/fomento-e-inversion/promocion/internacional/> - se debe descargar al final de la página: Plan de Marketing Turístico Internacional 2016-2018.

C. ACCIONES A CO FINANCIAR

1. **Capacitaciones/talleres.**

Consiste en acciones asociadas a eventos, talleres y/o capacitaciones de Chile dirigidas a la fuerza de venta, de los mercados a abordar, cuyo principal objetivo es informar y promocionar novedades, destinos, experiencias y oferta turística del destino, con la finalidad de mejorar e incrementar el conocimiento de los participantes para vender de mejor forma el destino Chile.

Ítems de gastos asociados a la acción Capacitaciones/talleres

- Diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales.
- Gastos en medios de Publicidad y Difusión.
- Arriendo de espacios.
- Arriendo de equipos.
- Gastos en logística general.
- Habilitación y montaje de salones.
- Servicios de traducción.
- Gastos en alojamiento y alimentación internacionales.

- Pasajes aéreos, terrestres o marítimos.
- Seguro de asistencia en viaje.
- Movilización interna.
- Envío de material promocional.
- Consultorías, asesorías o servicios.
- Honorarios.

2. Misiones Comerciales (Puerta a puerta).

Consiste en la organización y posterior ejecución de una visita a uno o más mercados, con el que se tenga una relación comercial previa, con el objetivo de concretar, ampliar o desarrollar la comercialización nuevos destinos o productos en reuniones comerciales con los principales entes, de la cadena de comercialización y que permita la concreción de potenciales negocios.

Ítems de gastos asociados a las Misiones Comerciales.

- Diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales.
- Gastos de alojamiento y alimentación internacionales.
- Pasajes aéreos, terrestres y marítimos.
- Movilización interna.
- Seguro de asistencia en viaje.
- Envíos de material promocional.
- Servicios de traducción.

3. Participación en ferias o eventos como expositores (Las ferias y eventos no deben estar considerados en el calendario oficial de acciones de Sernatur).

Consiste en la participación como expositor, en una feria o evento internacional, con el fin de presentar sus productos/servicios a todos los participantes y visitantes de la acción promocional, tales como: tour operadores, agencias de viaje, DMCs, hoteles, público final, prensa, entre otros, con la posibilidad de iniciar y concretar potenciales negocios.

Ítems de gastos asociados a la participación en ferias o eventos como expositores

- Diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales.
- Gasto en medio de publicidad y difusión.
- Arriendo de espacios.
- Arriendo de equipos.
- Gastos en logística general.
- Servicios de traducción.
- Habilitación y montaje de salones.
- Habilitación y montaje de stands.
- Gastos de alojamiento y alimentación internacionales.
- Pasajes aéreos, terrestres y marítimos.
- Seguro de asistencia en viaje.
- Movilización interna.
- Honorarios.
- Entradas e inscripciones en eventos.
- Envíos de material promocional.

4. BTL (Acciones complementarias a planes de medio, de alto impacto y dirigidos a un segmento específico).

Consiste en la gestión y ejecución de una acción en medios no tradicionales o en formato original para la promoción de un producto/servicio/marca, dirigidas a segmentos de mercado específicos.

Los BTL generalmente son acciones complementarias a campañas de promoción tradicionales en medios *off* y *on line*.

Ítems de gastos asociados a BTL.

- Diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales.
- Gastos en medios de Publicidad y Difusión.
- Premios de concursos.
- Desarrollo de *landing page*.
- Actividades que utilizan como soporte medios propios.
- Arriendo de espacios.
- Arriendo de equipos.
- Gastos en logística general.
- Servicios de traducción.
- Habilitación y montaje de salones.
- Comisión o *fee* de la agencias de publicidad o medios asociados.
- Consultorías, Asesorías o servicios.
- Honorarios.
- Envío de material promocional.

5. Desarrollo de Estrategias de Branding, Campañas Publicitarias y Promocionales.

Consiste en el desarrollo de una estrategia de publicidad y promoción para difundir un producto/servicio/marca del destino Chile en el extranjero, mediante un plan de medios *online* y/u *offline*. Estrategia que debe ser consecuente con los lineamientos estratégicos definidos en las presentes bases y definir resultados específicos.

Ítems de gastos asociados a la acción desarrollo de Estrategias de Branding, Campañas Publicitarias y Promocionales

- Diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales.
- Gastos en medios de Publicidad y Difusión.
- Premios de concursos.
- Desarrollo de *landing page*.
- Actividades que utilizan como soporte medios propios.
- Servicios de Traducción.
- Comisión o *fee* de las agencias de publicidad o medios asociados al proyecto presentada.
- Consultorías, asesorías o servicios.
- Honorarios.

6. Gestión del proyecto.

Consiste en una actividad transversal que permita la correcta ejecución y rendición del proyecto presentado.

Ítems de gastos asociados a la gestión del proyecto

- Honorarios.
- Costos de garantía, solo anticipo.

3. PARTICIPANTES

3.1 Postulantes

Podrán postular a esta convocatoria, personas naturales y personas jurídicas chilenas de derecho

público o privado, con o sin fines de lucro, quedando expresamente excluida la participación de sociedades de hecho.

Los postulantes deben tener giro relacionado con el rubro turístico.

La entidad que entregue su propuesta para la presente ventanilla abierta se denominará en adelante **"el postulante"**, en caso de resultar adjudicado su proyecto y una vez que haya firmado el respectivo convenio, el **"receptor de fondos públicos."**

Ejemplos de entidades postulantes:

- Aerolíneas.
- Tour operadores receptivos.
- Agencias de viajes online.
- Productos: hoteles, tours, cruceros.
- Destinos y asociaciones (Cámaras de Turismo, Corporaciones de Turismo Regional, entre otros).
- Persona Natural, entre otros.

Se exigirá que, para el momento de la firma del convenio, que los adjudicatarios se encuentren inscritos en el Registro de Receptores de Fondos Públicos de SERNATUR.

3.2 Socios estratégicos.

Sin perjuicio de lo dicho en el párrafo anterior, empresas nacionales e internacionales, personas naturales o jurídicas, podrán asociarse al **"postulante"** para presentar de manera conjunta un proyecto a la presente ventanilla abierta¹. Dichas empresas o personas naturales se denominarán en adelante **"socios estratégicos."**

Ejemplos de socios estratégicos:

- Tour operadores emisivos en mercados internacionales.
- Agencias de viajes en mercados internacionales.
- Tour Operador receptivo nacional.
- Producto Nacional.
- Entre otros.

El socio estratégico forma parte integral del proyecto durante su ejecución pudiendo desarrollar las acciones señaladas en el proyecto. **El socio estratégico, por tanto, no es un proveedor del proyecto, es decir con el postulante desarrollarán en conjunto las acciones definidas en el proyecto.** De esta forma, se podrán presentar documentos que acrediten el gasto realizado **"a nombre"** tanto del postulante como del socio estratégico, pero en ningún caso emitidos **"por"** el postulante o socio estratégico.

No obstante lo anterior, el receptor de fondos públicos es el responsable de la correcta, oportuna y completa ejecución del proyecto, viéndose obligado por las presentes bases y el convenio, a procurar que su socio estratégico cumpla con todos los aspectos que involucra la ejecución del proyecto presentado.

4. PLAZOS DE EJECUCIÓN

Los proyectos postulantes deberán prever para su ejecución el plazo necesario para el logro de sus objetivos, el que, en todo caso, no podrá exceder la fecha límite fijada en la convocatoria respectiva. La ejecución del proyecto deberá quedar estipulada en la propuesta realizada por cada uno de los postulantes y **no podrá ser superior a 12 meses consecutivos incluyendo en**

¹ Ejemplo: En caso de ser un tour operador emisivo y estar interesado en realizar campaña cofinanciada con Chile, podrá asociarse a un operador receptivo o aerolínea con presencia en el país para presentar su propuesta de campaña cofinanciada.

dicho período el proceso de rendición.

En el Anexo N° 7, adjunto a las presentes bases, se encuentra la Carta Gantt y Flujo de Caja, en la cual se deberá dejar de manifiesto la ejecución de las actividades proyectadas.

Se debe tener presente que, si la ejecución del proyecto tiene contemplada acciones solo durante el año 2018, éstas podrán ejecutarse solo hasta el 30 de noviembre de 2018, ya que durante el mes de diciembre deberá terminar de rendir las acciones ejecutadas.

Si por causas no imputables al receptor de fondos públicos, las actividades contempladas en los proyectos debieran ser modificadas o reemplazadas por otras similares, **los plazos de ejecución podrán ser prorrogados hasta por un máximo de tres meses, plazo que en ningún caso podrá exceder a los 12 meses señalados anteriormente.** La solicitud deberá ser presentada por escrito, antes del vencimiento del plazo y con la oportunidad necesaria para su resolución por parte de SERNATUR.

Los proyectos adjudicados podrán ser modificados en aspectos no sustanciales, entendiendo por tales:

- a. Aquellos que no signifiquen un incremento del aporte público al proyecto aprobado.
- b. Aquellos que no alteren la esencia, objetivos, alcances y resultados del proyecto.

Toda modificación que altere **en más de un 30%** la distribución del presupuesto asignado por actividades y/o que implique la no realización y/o cambio de actividades propuestas en el proyecto adjudicado o la disminución en el plazo de ejecución de las actividades, deberá ser solicitada por escrito a SERNATUR para su evaluación y posterior aprobación o rechazo, el que deberá asimismo otorgarse por escrito.

Cualquier modificación siempre deberá ser informada a la contraparte técnica del Servicio, en forma previa a su implementación.

5. FINANCIAMIENTO Y ENTREGA DE RECURSOS PÚBLICOS

5.1 Financiamiento

Los proyectos que se presenten serán cofinanciados entre sector público y privado.

Se definen dos tipos de proyectos a financiar:

Línea A: Corresponderá a aquellos proyectos en que su financiamiento total (público y privado) sea superior a **\$10.000.001** (diez millones, un peso). El **cofinanciamiento público de estos proyectos será hasta** de un **65%** del monto total, impuestos y gastos incluidos. Esta línea tendrá el 85% del total del fondo disponible.

Línea B: Corresponderá a aquellos proyectos en que su financiamiento total (público y privado) sea **hasta \$10.000.000** (diez millones de pesos). El **cofinanciamiento público de estos proyectos será hasta de un 80%** del monto total, impuestos y gastos incluidos. Esta línea tendrá el 15% del total del fondo disponible.

Los postulantes deberán presentar proyectos asociados a una sola línea de financiamiento, es decir, un postulante no puede presentar proyectos en ambas líneas de financiamiento.

El postulante deberá señalar en su proyecto el porcentaje de cofinanciamiento público al cual postula, considerando para ello las definiciones que se establezcan en la respectiva convocatoria. Lo que quedará de manifiesto en los Anexos N°5, N°6 y N° 7, acompañados en las presentes bases.

El aporte público por proyecto (cofinanciamiento) será en pesos chilenos.

El aporte privado podrá ser de carácter pecuniario o valorado, y este último no podrá exceder del **50% del aporte privado total, para ambos tipos de proyectos, Línea A o Línea B.**

Se entenderá por **aporte pecuniario** el aporte en dinero efectivo o relativo a él que el postulante haga asociado a la campaña que postula y de acuerdo a los ítems financiables señalados en el numeral siguiente, Ítems de Gastos Financiables.

Se entenderá por **aporte valorado** el aporte no expresado en dinero efectivo o relativo a él que el postulante presente asociado a la campaña, de acuerdo a los ítems financiables señalados en el numeral siguiente, "Ítems de Gastos Financiables". En este caso, el postulante deberá complementar el valor con información en donde detalle el valor de mercado de este aporte, como por ejemplo precio referencial de pasajes aéreos, hoteles, publicaciones en medios, entre otros, que demuestren el valor real del aporte valorado.

5.1.1. Ítems de Gastos Financiables

La presente ventanilla abierta solo financiará las actividades directamente relacionadas con la ejecución de la campaña propuesta, independiente de su fuente de financiamiento.

Serán financiados los gastos asociados a:

- Diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales asociadas al proyecto presentado. Se refiere a gastos para la elaboración de insumos promocionales para apoyar las actividades del proyecto, tales como: diseño gráfico, catálogos, dípticos, trípticos, pendones, carpetas, logos, servicios de impresión, banners, videos (filmación, producción, post producción, edición), entre otros. En caso que el proyecto contemple piezas promocionales, éstas deberá contar con la aprobación expresa de Sernatur antes de su distribución y/o utilización y deberá estar siempre directamente asociado al proyecto.
- Gastos en medios de Publicidad y Difusión: Gastos referidos a la compra de servicios publicitarios y de difusión tales como, espacios en TV y radio, insertos en periódicos y revistas, inversión en plataformas *on-line*, publicidad en vía pública, inversión en redes sociales, avisaje en Google Adwords y Google display entre otros.
- Premios de concursos: Gastos referidos a la compra de premios asociados a concursos que sean parte de las acciones del proyecto.
- Desarrollo de *landing page*: Se financiará el costo del desarrollo de *landing page*, el cual no cubre los costos de mantención de las mismas (portales, gastos de *hosting*, gastos de *housing* y temas asociados, entre otros) asociados al proyecto.
- Actividades que **utilizan como soporte** medios propios del postulante y/o socio estratégico, tales como: *newsletter*, sitio web, blog, redes sociales, comunicados a clientes (*on* y *offline*), revistas y diarios de la empresa, acciones en puntos de ventas y cualquier otro soporte y/o medio que podría ser calificado de medios propios **que estén directamente relacionados con la campaña de medios presentada.**²
- Arriendo de espacios: Estos gastos se asocian a arriendos de espacios físicos, principalmente para ferias, eventos, otros similares que requieran del financiamiento de este ítem de gasto para la ejecución de la actividad de un proyecto, siempre y cuando estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.
- Arriendo de equipos: Corresponde a gastos por concepto de arriendos de equipos computacionales, equipos audiovisuales y otros complementarios y/o equivalentes, siempre que estos arriendos no sean para participación en actividades contempladas en el calendario oficial de Sernatur.
- Gastos en logística general: Corresponen a gastos por acciones de apoyo actividades de promoción, tales como: arriendo de mesas, sillas, manteles, arriendo de amplificación, equipo de proyección e iluminación, servicio de catering, distribución de invitaciones, envío de material promocional, entre otros. Se incurre en este gasto cuando el postulante incluye en sus actividades la participación en ferias internacionales o bien en eventos

² Estos gastos sólo pueden financiarse con aporte privado.

promocionales en territorio extranjero, siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.

- Servicios de traducción: Corresponde a los gastos por concepto de interpretación y/o traducción de textos a los idiomas de los mercados definidos en el punto 2.1 Lineamientos estratégicos- mercados a abordar.
- Habilitación y montaje de salones: Se refiere a ornamentación, gráficas, implementos y utensilios (que no constituyan activo fijo), siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.
- Habilitación y montaje de *stands*: Se refiere a los gastos por montaje y desmontaje de stand, generalmente en actividades vinculadas a ferias internacionales, que no sean parte del calendario oficial de Sernatur. Además, considera la compra de implementos y utensilios (que no constituyan activo fijo) para habilitar operativamente los stands.
- Gastos de alojamiento y alimentación internacionales³: Corresponden a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por una acción a realizarse en el exterior de quien o quienes ejecuten las actividades de un proyecto. Corresponden a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por una acción a realizarse en el exterior de quien o quienes ejecuten las actividades de un proyecto. **Se aceptará como gasto máximo a rendir lo dispuesto en la tabla de viáticos del Ministerio de Relaciones Exteriores vigente, asimilando el costo diario al grado 13 de la escala única de remuneraciones.**
- Pasajes aéreos, terrestres y marítimos⁴: Corresponden a los gastos por concepto de pasajes aéreos en **clase económica**, terrestre y marítimos internacionales.
- Seguro de asistencia en viaje por tramo reconocido en el proyecto.⁵
- Movilización Interna: Corresponde a los gastos por concepto de traslado dentro de la ciudad donde se realiza la actividad y comprende gastos tales como: taxis, buses, colectivos, entre otros.⁶
- Comisión o fee de las agencias de publicidad o medios asociados al proyecto presentado en hasta un 10% de la inversión publicitaria o plan de medios presentado.
- Consultorías, asesorías o servicios: Corresponde a gastos por concepto de contratación de consultorías, asesorías y servicios de proveedores que desarrollen acciones de marketing internacional, branding y comunicaciones; estrategias de comunicación, estrategias de intervención en medios on y off line, planes de capacitación a la fuerza de venta y toda acción que permita conectar a las empresas chilenas con sus redes de negocio en los mercados definidos. **Quedan excluidas asesorías por concepto de elaboración de proyectos.**
- Honorarios: Corresponde a gastos por concepto de contratación de personas naturales o jurídicas ajenas al postulante y/o socio estratégico en determinadas materias y/o labores de asesoría calificada vinculadas directamente a actividades del proyecto como por ejemplo; Contratación de Capacitador experto en destino Chile, Influenciador para la presentación del Destino, Gestión del proyecto (ejecución y rendición). **Se excluyen honorarios por concepto de elaboración de proyectos.** Los convenios a honorario que el receptor de fondos públicos deba suscribir en el marco de la ejecución del proyecto debe contemplar a lo menos:
 - o Individualización de la persona a contratar.
 - o Objeto y contenido del convenio.
 - o Monto a pagar por los servicios requeridos.
 - o Fecha en que se hará efectiva la prestación del servicio.
 - o Fecha en que se hará efectivo el o los pagos asociados.
- Entradas e inscripciones en eventos: Corresponde a los gastos por concepto de entradas e inscripciones a eventos y/o ferias internacionales en calidad de expositor. Se acepta un cupo máximo de dos entradas y/o inscripciones por evento y/o feria, **siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.**
- Envíos de material promocional: Corresponde a los gastos por concepto de envío de material promocional, *brochure*, *merchandising*, entre otros **relacionadas a actividades**

³ Estos gastos sólo pueden financiarse con aporte privado.

⁴ Estos gastos sólo pueden financiarse con aporte privado.

⁵ Estos gastos sólo pueden ser financiados con aporte privado.

⁶ Estos gastos sólo pueden ser financiados con aporte privado.

del proyecto.

- Costo de Garantías: Corresponde al costo financiero para la obtención de las garantías que debe entregar el receptor de fondos públicos **por concepto de anticipo de fondos.**

5.1.2. Ítems de Gastos No Financiados

No serán financiados, ni serán parte integrante del proyecto presentado, y por tanto será responsabilidad de la empresa postulante asumir de manera independiente, los gastos asociados a:

- Incentivos, regalos a autoridades o empresarios (nacionales e internacionales) y empresas (Tour Operadores, agentes de viaje, medios de prensa entre otros)
- Actividades que **utilizan como soporte** medios propios del postulante y/o socio estratégico, tales como: *newsletter*, sitio web, blog, redes sociales, comunicados a clientes (*on* y *offline*), revistas y diarios de la empresa, acciones en puntos de ventas y cualquier otro soporte y/o medio que podría ser calificado de medios propios **que NO estén directamente relacionados con la campaña de medios presentada. Lo que será evaluado por la "Comisión Técnica" de SERNATUR, y posteriormente al momento de efectuar la rendición de gastos.**
- Adquisición de terrenos o bienes muebles.
- Compra de activos fijos.
- Compra de vehículos.
- Compra de celulares/tarjetas de prepago para llamadas nacionales o internacionales.
- Combustible.
- Arriendo de estacionamiento.
- Servicios de hotel (lavandería –*wifi* – bar- frigobar, entre otros que no correspondan a actividades comprometidas en el proyecto).
- Gastos de carácter financiero y servicios de cobranza.
- Intereses y comisiones bancarias distintos de los que deriven de la obtención de la garantía por anticipo de fondos públicos.
- Adquisición de activos financieros.
- Programas informáticos.
- Gastos notariales.
- Gastos de representación.
- Productos de consumo personal.
- Productos de aseo.
- Seguros personales distintos a seguro de asistencia en viaje.
- Primas o cuotas por pólizas de seguro o garantía financiera distintas de las que deriven de la obtención de garantía por anticipo de fondos públicos.
- Pasaporte o cualquier documento de uso personal.
- Visas.
- Gastos correspondientes a operaciones propias de la empresa (remuneraciones provenientes de contratos de trabajo, finiquitos, y/o de servicios profesionales prestados en forma permanente).
- Costos de mantención y desarrollo de páginas web.
- Contratación de asesorías y/o honorarios para la presentación de proyectos.
- Imprevistos.

Conforme a los compromisos adquiridos por Chile en el marco de la Organización Mundial de Comercio, no se podrán incluir en un proyecto o actividades de gasto que impliquen una disminución de los costos directos de los bienes involucrados o que generen algún mecanismo de reducción o mantenimiento de los precios de dichos bienes.

5.2. Entrega de los Recursos Públicos

De acuerdo a lo establecido en la Ley N° 19.862, las personas jurídicas susceptibles de recibir fondos públicos deben estar "debidamente inscritas" y con sus datos actualizados en el registro de proveedores de SERNATUR, además estas entidades deberán estar inscritas en la página web del Ministerio de Hacienda, <http://www.registros19862.cl>.

En consecuencia sólo se dará curso a las transferencias de recursos públicos, una vez que se cumplan tales obligaciones, además de las previstas en el respectivo convenio.

Los recursos públicos asociados a la presente ventanilla abierta sólo podrán ser entregados previa firma del convenio respectivo, y la aprobación de este a través del respectivo acto administrativo.

6. POSTULACIÓN DE PROYECTOS Y EVALUACIÓN

6.1. Metodología de la ventanilla abierta

Las entidades que cumplan con los requisitos establecidos en el número 3 "Participantes", numeral 3.1, denominado "Postulantes", de estas Bases Técnicas y que tengan interés en postular su proyecto a la presente ventanilla abierta, deberán presentar los antecedentes solicitados y completar los Anexos indicados en el numeral 2 (Postulación) letra d, de las Bases Administrativas.

Estos Anexos deberán ser presentados en los plazos, forma y lugar indicados en el llamado a ventanilla abierta correspondiente.

Una vez ingresados el Servicio en un plazo no superior a **10 días hábiles** informará, a través de un correo electrónico enviado a la dirección señalada en su postulación, si el proyecto presentado es declarado admisible y por lo tanto pasa a proceso de evaluación o es declarado inadmissible, mediante la respectiva resolución exenta, al terminar el proceso de admisibilidad. Sin perjuicio de ello se informará a través de la página web de SERNATUR, los resultados de los distintos procesos.

Los proyectos que pasen a evaluación técnica serán evaluados por la comisión evaluadora que se designe al efecto, asignándole un puntaje de acuerdo a los criterios establecidos en las presentes bases, en un plazo no superior a **30 días hábiles**.

Aquellos proyectos que hayan obtenido **menos de 3,5 puntos totales ponderados** como nota final, **serán declarados no adjudicables** y en consecuencia se dictará la correspondiente resolución mediante la cual se declare la no adjudicabilidad de la postulación, con lo que concluirá la participación del postulante en la convocatoria.

A medida que el Servicio vaya adjudicando proyectos, éste irá rebajando el presupuesto disponible. En caso de que no haya presupuesto disponible para cubrir el monto total requerido por la última propuesta presentada y aprobada, se contactará al postulante en cuestión para ofrecerle adaptar su propuesta al presupuesto remanente.

Los proyectos que sean adjudicados tendrán como obligación participar en las capacitaciones que el servicio determine de manera de garantizar la correcta ejecución de los proyectos y posterior rendición técnica y financiera.

6.2. Condiciones de la propuesta y ejecución

6.2.1. Propuestas por postulante

Todas las propuestas deberán abordar los mercados contenidos en las Bases Técnicas, Numeral 2.1 letra B: Mercados a abordar y objetivos de la intervención.

Para ello se tendrá que tener las siguientes consideraciones:

- A. Propuesta no asociativa** (Postulante presenta proyecto sin socio estratégico)
 - Podrá presentar más de una propuesta, siempre que impliquen mercados diferentes.
 - Podrá presentar una propuesta que implique multimercado.
- B. Propuesta asociativa** (Postulante presenta proyecto con socio (s) estratégico(s)).
 - Podrá presentar más de una propuesta por mercado siempre que impliquen socios estratégicos diferentes.

- Podrá presentar una propuesta que implique multimercado.

6.2.2. Condiciones de ejecución.

Los proyectos deberán prever para su ejecución el plazo necesario para el logro los objetivos planteados y la correcta realización de las actividades establecidas en él, lo que en todo caso no podrá exceder de los 12 meses contado desde la fecha de la total tramitación de la resolución que apruebe el convenio. El servicio se reserva la facultad de solicitar que la ejecución de la (las) actividad (es) de un proyecto no sobrepasen un tiempo definido, atendida la naturaleza de dicha (s) actividad (es).

En casos excepcionales y debidamente calificados, el Servicio podrá solicitar al adjudicatario de fondos públicos, el inicio de ejecución de actividades, en el periodo que transcurre entre la notificación de la adjudicación y el acto administrativo que aprueba el convenio, y por tanto, aceptar los gastos realizados desde la fecha de la notificación de la adjudicación de un proyecto. La solicitud deberá ser presentada por el Servicio al receptor de fondos públicos, por escrito y con la antelación necesaria, considerando la fecha de ejecución de las actividades, de acuerdo a la propuesta presentada por el adjudicatario respectivo.

No obstante lo anterior, no se procederá al pago de ninguno de los desembolsos efectuados sino una vez que se haya suscrito el convenio respectivo y además, éste se encuentre aprobado por resolución totalmente tramitada y siempre que tales desembolsos correspondan a aquellos definidos como financiables en las presentes bases.

En todo caso estos desembolsos, para ser pagados, igualmente estarán sujetos a la condición de ser aprobadas las rendiciones de cuenta de los mismos y se hayan entregado y aprobado los informes técnicos mensuales y final, de acuerdo a lo establecido en el número 10. Informes Técnicos y Rendición de Gastos, de las Bases Administrativas. Por lo cual el receptor de fondos públicos, deberá siempre tener en consideración los plazos necesarios para efectuar la rendición técnica y financiera de sus actividades, así como el plazo necesario para responder de las observaciones efectuadas.

Los receptores de fondos públicos **deberán considerar en las actividades asociadas a sus proyectos las fechas más idóneas para que estos surtan el mejor efecto en los distintos mercados a los cuales están dirigidos y de esta forma efectuar un eficaz y eficiente uso de los recursos públicos involucrados.** En tal sentido los proyectos consideren una ejecución que exceda el presente año calendario (31 de diciembre de 2018), deberán solicitar un anticipo por el 100% de los fondos correspondientes al aporte público. Con anterioridad a hacerse efectivo el anticipo el receptor de fondos públicos, deberá garantizar el anticipo solicitado, de la forma señalada en los números 6. (Convenio) y numeral 8.2 (Garantías por Anticipo de Fondos Públicos), de las Bases Administrativas.

Los receptores de fondos públicos que no deseen solicitar anticipo, deberán considerar su ejecución solo, hasta el último día hábil del mes 11 del año 1. (mes de noviembre de cada año). Con el objeto de que en el mes de diciembre puedan terminar de rendir las acciones ejecutadas, así como permitir la revisión de los distintos informes.

El receptor de fondos públicos deberá recopilar toda la información pertinente que se requiera como medio de verificación de las acciones realizadas y estas serán enviadas en los plazos y forma establecidos en el número 10. (Informes Técnicos Parciales e Informe Técnico Final) de las Bases Administrativas y en el respectivo manual de rendiciones.

El cronograma de presentación de las gráficas, "llamados escritos" y contenidos, deberá ser presentado en el informe preliminar de acciones en la forma y fecha establecida en el punto 9 de las presentes bases, para la aprobación SERNATUR. El Servicio se reserva el derecho de exigir cambios en las gráficas para que ellas cumplan adecuadamente con los manuales de Marca Chile y Destino Chile. En caso de ser requerido, Sernatur podrá intervenir directamente los diseños para garantizar el cumplimiento de las directrices estipuladas en los manuales anteriormente mencionados.

El receptor de fondos públicos deberá cumplir con la forma y plazos establecidos en el manual de

rendiciones con las rendiciones técnicas y financieras.

El informe mensual de rendición técnica y financiera deberá enviarse en forma obligatoria aun cuando no haya gastos asociados en el mes que se informa.

SECCIÓN 2: BASES ADMINISTRATIVAS

1. CONVOCATORIA A LA VENTANILLA ABIERTA

SERNATUR, podrá realizar al menos una convocatoria cada año calendario, invitando a todos los interesados en participar a presentar proyectos a la campaña de cofinanciamiento. Dichas convocatorias o llamados serán publicados en el sitio web www.sernatur.cl.

La convocatoria a cada ventanilla abierta señalará al menos lo siguiente:

- Quienes pueden postular.
- Cantidad máxima de proyectos que podrá presentar cada postulante.
- Financiamiento y presupuesto máximo disponible por año.
- Fechas y plazos de ejecución.
- Forma de postulación.
- Las Bases aprobadas por el Servicio, para postular.
- Fechas, plazos y horas, del proceso de postulación.

2. POSTULACIÓN

a. Consultas y respuestas

Las consultas y respuestas de los postulantes, así como las respuestas que entregue SERNATUR a las mismas, y toda comunicación oficial se hará a través del correo electrónico concursos@chile.travel dentro del plazo y hora señalados en la resolución que apruebe las presentes bases.

b. Lugar y Fecha

Los proyectos se presentarán, en formato papel y digital, en la Oficina de Partes de SERNATUR, ubicada en Avenida Providencia N° 1550, Providencia, Región Metropolitana, dentro del plazo y hora señalados en el respectivo aviso de convocatoria de la ventanilla.

c. Examen respecto del Financiamiento Privado Comprometido

Los proyectos que se presenten a las convocatorias que realice SERNATUR deben contemplar siempre el cofinanciamiento público y privado de los mismos.

En razón de lo anterior, el financiamiento privado para la ejecución de un proyecto presentado a la ventanilla no puede tener su fuente – ya sea parcial o totalmente- en fondos públicos provenientes de SERNATUR u otro organismo público.

Por otra parte, el receptor de los fondos públicos deberá suscribir y entregar a SERNATUR una declaración jurada sobre financiamiento privado del proyecto, en el formato que se adjunta a estas bases como **Anexo N°2**.

El receptor de los fondos públicos (Postulante) no podrá participar con presupuesto del proyecto en otras actividades institucionales ya financiadas por SERNATUR, tales como Ferias Internacionales, *Roadshows*, *FAM Tour*, Postulación e Inspección Turismo de Reuniones, entre otras, debiendo destinar los recursos obtenidos en el marco de esta ventanilla únicamente al financiamiento de su respectivo proyecto.

SERNATUR realizará un examen previo a la adjudicación de los proyectos en condición de ser adjudicados, para velar que el financiamiento privado comprometido no tenga parcial o totalmente su fuente en recursos públicos de ninguna especie.

En caso que se determine la existencia de otros fondos públicos que integren el financiamiento privado, el proyecto será rechazado sin más trámite, sin perjuicio de la facultad de SERNATUR para poner fin a un proyecto que resulte adjudicado o que ya se encuentre en ejecución, si dicha situación es detectada con posterioridad a este análisis, notificando con ello al receptor de fondos públicos (Postulante) y dictándose al efecto la correspondiente resolución fundada de término de proyecto.

Además, SERNATUR podrá requerir a los postulantes, durante el proceso de evaluación y calificación de proyectos, las aclaraciones y antecedentes que estime necesarios para realizar el examen a que se refiere este punto.

d. Antecedentes de Postulación

La presentación de los proyectos deberá contener a lo menos lo siguiente:

- El Proyecto (formulario de postulación técnico y financiero (Anexo N° 6 y Anexo N°7).
- Fotocopia por ambos lados del RUT del postulante (persona jurídica o natural), y de la Cédula de Identidad de su representante legal, cuando el postulante sea persona jurídica.
- Anexo N°2: Declaración Jurada sobre financiamiento privado del proyecto (la que deberá ser actualizada de ser adjudicado el proyecto).
- Certificado de vigencia de la entidad jurídica con una antigüedad no mayor a 30 días (en el caso de entidad jurídica) o documentación donde conste la iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (en el caso de persona natural).
- Anexo N°5 Carta compromiso aporte del Postulante y del o los socios estratégicos, si los hubiera.

Además, el postulante podrá presentar todos los antecedentes necesarios para ingresar al Registro de Receptores de Fondos Públicos de SERNATUR, de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 19.862, registro en el cual necesariamente deberá estar inscrito antes de la firma el convenio, de acuerdo a lo señalado en el número 5 de las Bases Administrativas.

La inscripción en ningún caso garantizará que el proyecto será adjudicado, ni tampoco perjudicará al postulante en caso de ser declarado no adjudicable.

Los requisitos para comenzar el trámite de inscripción en el Registro de Receptores de Fondos Públicos de Sernatur, deberán ser solicitados al correo ncerda@sernatur.cl

Los proyectos deberán ser presentados en soporte papel y digital (dispositivo de almacenamiento de memoria) en la Oficina de Partes de SERNATUR (Avda. Providencia N° 1550, Providencia, Región Metropolitana), dentro de los plazos y hora indicados en el llamado de convocatoria.

El proyecto debe ser presentado en idioma español y en pesos chilenos.

La no presentación en alguno de estos medios será causal para considerar el proyecto inadmisibile.

e. Examen de admisibilidad

Previo a la evaluación y adjudicación, SERNATUR realizará un examen de admisibilidad de las postulaciones recibidas, estableciendo al efecto que serán admisibles las postulaciones que:

- Hayan acompañado los antecedentes de postulación a que se refiere el numeral 2.d (Antecedentes de Postulación).
- Se hayan ajustado al monto máximo de financiamiento público, de acuerdo a lo señalado

en los Anexos N°5, N°6 y N°7, adjuntos a las presentes bases.

3. ACTA DE PROYECTOS PRESENTADOS

Dentro de los **40 días hábiles** siguientes, contados desde el cierre de la ventanilla abierta para la postulación de proyectos de la correspondiente convocatoria, SERNATUR levantará y publicará en su sitio web www.sernatur.cl un acta en la que se dejará constancia de los proyectos presentados a la fecha y hora de cierre de la ventanilla mencionada en el aviso de convocatoria a la ventanilla abierta, informando los proyectos que fueron declarados admisibles, los que no aprobaron el examen de admisibilidad de las presentes bases y por lo tanto no fueron evaluados, y los que no fueron adjudicados por no obtener la nota mínima ponderada para ser adjudicados (3,5 puntos totales).

4. PROCESO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE PROYECTOS

Los proyectos que hubieren aprobado el examen de admisibilidad serán sometidos a un proceso de evaluación por parte de SERNATUR, el cual se extenderá hasta por **30 días hábiles contados** desde la fecha de recepción de la postulación, por la Oficina de Partes del Servicio.

El proceso de evaluación de los proyectos se llevará a cabo por personal técnico idóneo de SERNATUR, con la calificación y experiencias apropiadas, de acuerdo a una metodología que permitirá evaluar adecuadamente todos los aspectos relevantes y, al mismo tiempo, asegurar que a lo largo del proceso de evaluación se otorgue un tratamiento justo y equitativo a todos los proyectos presentados.

1.1 Criterios de Evaluación

Para la presente convocatoria, SERNATUR ha definido los siguientes criterios de evaluación, los que se aplicarán a los proyectos que se presente a la ventanilla abierta:

- **Porcentaje de financiamiento público solicitado:** Se valorarán positivamente las propuestas que contemplen un mayor porcentaje de financiamiento privado en relación al presupuesto público solicitado.
- **Propuesta de contenidos:** Se valorará la propuesta de contenido en relación a las siguientes dimensiones: notoriedad - originalidad de la propuesta; coherencia de la propuesta; y creativities.
- **Plan de acciones:** Se evaluará si existe relación entre la propuesta en términos de contenido y el plan de acciones propuesto.
- **Propuesta global:** Mide la calidad, oportunidad y factibilidad técnica y financiera del proyecto.

1.2 Evaluación, Ponderaciones y Evaluadores

Criterio N.º 1: Porcentaje de financiamiento público solicitado: Línea A Más del 65%: 0 puntos. Entre 55% y 65%: 1.0 puntos Entre 31% y 54%: 3.0 puntos. Entre 0 y 30%: 5.0 puntos. Línea B Más del 80%: 0 puntos. Entre 60% y 80%: 1.0 puntos. Entre 40% y 59%: 3.0 puntos.	0 a 5.0	20%
--	---------	-----

Entre 0 y 39%: 5.0 puntos. Las propuestas que presenten un financiamiento público superior al porcentaje máximo permitido por línea serán evaluadas con Nota 0, y serán declaradas inadmisibles, no pasando a las siguientes etapas de evaluación. Para evaluar este criterio se observará, solo lo estipulado en los Anexos N°5, N°6 y N°7.		
Criterio N.º 2: Propuesta de contenidos Se evaluará la idea y su propuesta de desarrollo según los siguientes Subcriterios: Notoriedad de la propuesta: Se valorará la notoriedad de la campaña, asignando notas de 1 a 5 según tabla expresada en Numeral 4.2.1 Bases Administrativas Se entenderá por notoriedad: Cuando el destino Chile sea de fácil percepción en el marco de la campaña. (Por ejemplo, variedad de acciones y soportes, presencia de la marca) Coherencia de la propuesta: Se entenderá por coherencia la existencia de relación entre los destinos, experiencias y público objetivo propuesto, en el mercado en el cual se desarrollará la campaña de acuerdo a lo especificado en el plan de Marketing Internacional⁷, asignando notas de 0 a 5 según tabla expresada en Numeral 4.2.1 Bases Administrativas. Se sumarán las notas obtenidas para cada uno de los Subcriterios, y dicho puntaje se dividirá por 2 para obtener la nota final de este criterio. Para evaluar este criterio se observará, solo lo estipulado en los Anexos N°5, N°6 y N°7.	0 a 5.0	35%
Criterio N.º 3: Plan de acciones Se evaluará el plan de acciones de acuerdo a lo siguiente: Coherencia propuesta con plan de acciones Se valorará la coherencia de la propuesta con el plan de acciones de la campaña, asignando notas de 0 a 5 según tabla expresada en Numeral 4.2.1 de las Bases Técnicas Se entenderá por coherencia: La debida relación y correspondencia entre las distintas actividades que componen el plan de acción. Para evaluar este criterio se observará, solo lo estipulado en los Anexos N°5, N°6 y N°7.	0 a 5.0	25%
Criterio N.º 4: Apreciación Global Se evaluará la campaña en su conjunto (Mide la calidad, oportunidad y factibilidad técnica y financiera del proyecto) asignando notas de 0 a 5 según tabla expresada en Numeral 4.2.1 de las Bases Técnicas.	0 a 5.0	20%

4.2.1 Tabla de notas:

⁷ Descargar Plan de Marketing de la Promoción Turística Internacional: <http://bit.ly/2r5I2h0>

Nota	Definición
5	Excelente: Cumple de manera sobresaliente con el criterio evaluado.
3	Bueno: Cumple con el criterio evaluado
1	Suficiente. Cumple en parte el criterio evaluado
0	Insuficiente. No cumple con el criterio evaluado

Evaluación Final.

En este ítem la Comisión calculará los puntajes finales ponderados, sumando las notas ponderadas obtenidas en todos los criterios de evaluación establecidos en estas bases, de acuerdo al siguiente cuadro resumen:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Nota Obtenida	% Ponderación	Puntaje total máximo ponderado
Criterio N.º 1: Porcentaje de financiamiento público solicitado	0 a 5.00	20%	1.00
Criterio N.º 2: Propuesta de contenidos	0 a 5.00	35%	1.25
Criterio N.º 3: Plan de acciones	0 a 5.00	25%	1.75
Criterio N.º 4: Apreciación Global	0 a 5.00	20%	1.00
Sumatoria Total		100%	5.00

4.2.2 Comisión de admisibilidad.

La evaluación de la admisibilidad se efectuará por una Comisión Técnica, en lo sucesivo la “Comisión de Admisibilidad”, integrada por un miembro de la Fiscalía del Servicio, de la Subdirección Administrativa y un funcionario del área de Administración y Procesos de la Subdirección de Marketing o por quienes estos designen o reemplacen. Los que serán elegidos por sus jefaturas directas.

La Comisión de Admisibilidad levantará un acta en la cual quedará constancia de su integración, las decisiones tomadas y sobre todo las postulaciones declaradas admisibles e inadmisibles y el motivo de ello.

4.2.3 Comisión Evaluadora.

La evaluación del contenido de los antecedentes de aquellas postulaciones que hubiesen sido declaradas admisibles por la Comisión de Admisibilidad, se efectuará por una Comisión Evaluadora, en lo sucesivo la “Comisión”, integrada por los siguientes funcionarios de la Subdirección de Marketing de Sernatur: a) Responsable de Canal de Comercialización y Prensa, b) Coordinador de Mercado y c) Responsable de Branding Internacional, o por quienes estos designen o reemplacen.

La Comisión Evaluadora, levantará un acta en la cual quedará constancia de su integración, la

fecha de sesión, los proyectos evaluados, los criterios de evaluación aplicados, los puntajes y observaciones de cada criterio evaluado, las decisiones tomadas por la Comisión respecto de las postulaciones declaradas admisibles, y las adjudicaciones de fondos públicos.

4.3 Selección de Proyectos

Concluida la evaluación de los proyectos, la Comisión Evaluadora informará, a la Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo, los proyectos declarados admisibles y todos aquellos que obtuvieron una nota ponderada superior a 3,5 totales, recomendado la adjudicación de los mismos, si procediere.

En virtud de los antecedentes entregados, se dictará la respectiva resolución exenta, adjudicando los proyectos más convenientes a los intereses del Servicio y que hayan obtenido los mayores puntajes ponderados, de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos en las presentes bases.

4.4. Adjudicación de un proyecto.

Una vez adjudicado un proyecto, y notificado el postulante, **deberá suscribirse un convenio**, el cual podrá ser firmado por las partes, una vez que se cumplan las siguientes condiciones:

- Que SERNATUR haya notificado al receptor de fondos públicos (Postulante) que ha sido adjudicado.
- Que SERNATUR haya aprobado los antecedentes a que se refiere el numeral 5 siguiente.

Una vez firmados los respectivos convenios, será necesario aprobarlos mediante la respectiva resolución exenta.

4.5 Solicitud y aclaración de antecedentes.

Si la Comisión lo estima pertinente podrá solicitar, a través de un correo electrónico, aclaraciones a la propuesta efectuada, corregir errores de forma, efectuar modificaciones o pedir incluir o complementar antecedentes, cuando se trate de antecedentes que los oferentes hayan omitido presentar al momento de efectuar la oferta, y siempre que dichos antecedentes se hayan producido u obtenido con anterioridad al vencimiento del plazo para presentar ofertas o se trate de situaciones no mutables entre el vencimiento del plazo para presentar los antecedentes del proyecto y la respectiva evaluación.

Para cumplir con lo solicitado, el postulante tendrá un plazo máximo de 3 días hábiles.

Este tipo de solicitudes y aclaraciones deberá beneficiar a todos los postulantes que se encuentren en análogas circunstancias.

4.6 Modificación de la resolución de adjudicación

SERNATUR podrá modificar, dentro de cada convocatoria, el acto administrativo mediante el cual se adjudiquen los proyectos seleccionados, otorgando co-financiamiento público a proyectos adjudicables que cumplan con el puntaje mínimo requerido, en la medida que exista disponibilidad presupuestaria asociada a la convocatoria pertinente. Es decir, en la medida que por cualquier motivo un postulante adjudicado no pueda hacer uso de los fondos adjudicados, estos podrán ser re asignados al postulante que cumpla con los requisitos de admisibilidad y técnicos necesarios, para poder adjudicarse la ejecución de su proyecto.

5. SUSCRIPCIÓN DE CONVENIO

Previo a la suscripción del convenio respectivo, el receptor de fondos públicos deberá acompañar, dentro del plazo que se señale en la notificación a que se refiere el punto 4.4 de las Bases Administrativas, los documentos que se detallan a continuación.

En caso que éstos no sean acompañados en el plazo y forma indicados, SERNATUR asumirá que el receptor de fondos públicos (Postulante) ha renunciado a la ejecución del respectivo proyecto, liberando los fondos públicos asignados al mismo, por medio del respectivo acto administrativo.

5.1 Antecedentes generales a acompañar por todas las entidades adjudicatarias (Proyectos adjudicados)

- a) Certificado emitido por la Tesorería General de la República, acreditando que el postulante no tiene deuda fiscal morosa. El certificado deberá tener fecha no superior a 30 días anteriores a la de su presentación.
- b) Declaración jurada de fecha no superior a 30 días anteriores a la de su presentación, suscrita por el receptor de fondos públicos o por su representante legal, que declare que el financiamiento privado comprometido para la ejecución del proyecto presentado no tiene su fuente de financiamiento, ya sea parcial o totalmente – en fondos provenientes de SERNATUR u otro organismo público (**Anexo N°2**)
- c) Declaración jurada de fecha no superior a 30 días anteriores a la de su presentación, suscrita por el receptor de fondos públicos o por su representante legal, que declare que dicho receptor de fondos está al día en el pago de deudas provenientes del seguro de cesantía de sus trabajadores, o que no tiene trabajadores por los cuales tenga que pagarlas. (**Anexo N°3**).
- d) Declaración jurada de fecha no superior a 30 días anteriores a la de su presentación, suscrita por el receptor de fondos públicos o por su representante legal, que declare que dicho receptor de fondos está al día en el pago de deudas de carácter previsional de sus trabajadores, o que no tiene trabajadores por los cuales tenga que pagarlas. (**Anexo N°4**).
- e) Garantía de fiel cumplimiento del Proyecto por un 5% del valor total del proyecto cuya validez se determinará al momento de firmar el convenio, de acuerdo a lo estipulado en el punto 8. "Garantías y Sanciones por Incumplimiento", número 8.1 "Garantía por Fiel Cumplimiento del Proyecto".
- f) Certificado de Inscripción en el registro de receptores de fondos públicos que lleva SERNATUR.
- g) Constancia de inscripción en la página web del Ministerio de Hacienda.
- h) Constancia de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores Turísticos de SERNATUR.

5.2 Antecedentes especiales por tipo de adjudicataria

5.2.1 Personas Naturales

- a) Fotocopia de la cédula de identidad, por ambos lados.

5.2.2 Entidad Adjudicataria Sociedades

- b) Copia simple de la escritura de constitución de la sociedad.
- c) Copia simple de la inscripción de la sociedad, con anotaciones marginales completas, emitido por el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces respectivo, con certificación de vigencia de una fecha no superior a 60 días corridos anteriores al día de su presentación.
- d) Copia del documento en que conste la personería vigente del o los representantes legales, con facultades para suscribir el convenio respectivo y garantías, con certificación de vigencia de una fecha no superior a 60 días corridos anteriores al día de su presentación.
- e) Declaración jurada del Gerente, indicando quienes integran el actual directorio de la sociedad adjudicataria, en caso de ser sociedad anónima, Spa u otra cuando corresponda. Para el caso de las Sociedades de Responsabilidad Limitada, se deberá presentar una declaración jurada del Administrador.
- f) Datos del representante legal de la sociedad que firmará el convenio (nombre completo, cédula de identidad (copia simple por ambos lados de la cédula de identidad, nacionalidad, profesión u oficio, domicilio.)

5.2.3 Entidad Adjudicataria Asociación Gremial, Federación Gremial o Confederación Gremial

- a) Copia simple del acta constitutiva aprobatoria de los estatutos.
- b) Certificado de vigencia de la Asociación Gremial y su directorio, otorgado por la Unidad

de Asociaciones Gremiales y Martilleros del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, con una fecha no anterior a 60 días contados hacia atrás desde la fecha de presentación.

- c) Copia del documento en que conste la personería vigente del o los representantes legales, con facultades para suscribir el convenio respectivo y garantías respectivas, con certificación de vigencia de una fecha no anterior a 60 días contados hacia atrás desde la fecha de presentación.
- d) Datos del representante legal de la asociación que firmará el convenio (nombre completo, cédula de identidad (fotocopia por ambos lados de la cédula), nacionalidad, profesión u oficio, domicilio)
- e) Inscripción en el registro de receptores de fondos públicos que lleva SERNATUR.

5.2.4 Corporaciones o Fundaciones

- a) Copia simple del acta constitutiva aprobatoria de los estatutos.
- b) Certificado de vigencia con indicación del representante legal, emitido por el órgano competente, con certificación de vigencia, con una fecha no anterior a 60 días contados hacia atrás desde la fecha de publicación.
- c) Datos del representante legal de la entidad que firmará el convenio (nombre completo, cédula de identidad (fotocopia por ambos lados de la cédula), nacionalidad, profesión u oficio, domicilio)

En el evento que, con ocasión de convenios anteriores, los antecedentes legales del receptor de fondos públicos, persona jurídica, hubiesen sido ya aprobados o ingresados en el registro institucional, SERNATUR podrá solicitar que se acompañe sólo la documentación necesaria para actualizar la información existente (certificados de vigencia correspondientes).

Si del examen de los antecedentes legales acompañados, se advierte la necesidad de requerir documentación adicional, tales como escrituras modificatorias, copias de sus inscripciones y publicaciones, mandatos, etc., el adjudicatario deberá acompañarla dentro del plazo que SERNATUR le indique.

Si un proyecto es postulado por una persona jurídica distinta a una empresa, sociedad, corporación, asociación, confederación o federación gremial, deberá acompañar los documentos homólogos a los anteriormente indicados, según su naturaleza jurídica.

Una vez recibida la totalidad de los antecedentes, SERNATUR procederá a elaborar el convenio respectivo y citará al adjudicatario para su suscripción.

El plazo que tendrá para suscribir el convenio será el que defina la notificación que se le remita al receptor de fondos. Vencido el plazo sin que el receptor de fondos públicos haya suscrito el convenio, SERNATUR podrá dejar sin efecto la adjudicación del proyecto y liberar los fondos públicos asignados al mismo, salvo que el receptor de fondos probare que este incumplimiento se debe a un caso fortuito o fuerza mayor. Ante lo cual se dictará el correspondiente acto administrativo.

6. CONVENIO

Los postulantes cuyos proyectos hubieren sido adjudicados y que hubiesen presentado todos los antecedentes solicitados en tiempo y forma, deberán firmar un convenio que regulará los derechos y obligaciones que genera la adjudicación de los proyectos y posterior ejecución de los mismos.

6.1 Contenido mínimo del convenio:

- a) La individualización del receptor de fondos público, y de su representante legal, cuando corresponda.
- b) Nombre y características del proyecto.
- c) Monto total del proyecto, estableciendo el porcentaje de porte público y privado, este último a su vez en valorado y pecuniario.

- d) Plazo de vigencia del convenio y el plazo de ejecución de las actividades, servicios o entrega de los productos.
- e) Forma de entrega de los recursos públicos.
- f) Las obligaciones esenciales de ambas de Sernatur y del adjudicado.
- g) La circunstancia de que los pagos serán efectuados sólo estando totalmente tramitado el acto administrativo aprobatorio del convenio.
- h) La entrega de la garantía de fiel, íntegro y oportuno cumplimiento del convenio.
- i) La modalidad de pagos: a) Como reembolso de gastos o b) Anticipo.
- j) La individualización de la o las personas que actuarán en calidad de Contraparte Técnica de cada una de las partes.
- k) Las multas establecidas por incumplimiento de las obligaciones contractuales por parte del receptor de fondos públicos, si se hubieren fijado y su procedimiento para el cobro.
- l) La facultad del Servicio de poner término anticipado al convenio, en caso de concurrir alguna de las circunstancias previstas en las presentes bases o en el respectivo convenio.
- m) La circunstancia de que la propiedad intelectual de los documentos o antecedentes entregados al Servicio en razón del convenio, cualquiera sea su formato, pertenecerán a éste.
- n) La obligación de confidencialidad o reserva de la información respecto de toda la información a que acceda el receptor de fondos públicos en el cumplimiento del convenio.
- o) La facultad del Servicio para realizar incrementos o disminuciones de las actividades establecidas originalmente en el proyecto presentado. Dichas modificaciones deberán ser aprobadas por el correspondiente acto administrativo y encontrarse justificadas presupuestariamente.
- p) La facultad del Servicio de modificar el plazo de ejecución de los servicios y de vigencia del convenio, siempre y cuando, tal circunstancia se deba a causas no imputables a las partes, como el caso fortuito o la fuerza mayor o se requiera de mayor plazo para la ejecución de los servicios.

Se podrá solicitar el **reembolso** de los gastos asociados a la ejecución del convenio, con cargo a los fondos públicos comprometidos, una vez finalizada la ejecución total del proyecto o **habiéndose ejecutado el 100% una actividad del proyecto**, y se haya presentado tanto el o los informe (s) técnico (s) mensual (es) y final de la actividad, así como la rendición de cuenta respectiva conforme a lo dispuesto en el manual de rendiciones del Concurso.

Aquellos proyectos adjudicados que decidan reembolsar los gastos efectuados deberán tener presente que la ejecución de sus proyectos no podrá superar el último día hábil del mes 11 (noviembre) del presente año calendario vigente al momento de suscribir el convenio. Lo cual quedará de manifiesto tanto en el flujo de caja presentado como en la Carta Gantt (Anexo N°7).

Los receptores de fondos públicos también podrán solicitar el anticipo de los fondos públicos adjudicados para la ejecución del proyecto. **El anticipo podrá ser de hasta el 100% de los fondos públicos aprobados y adjudicados en el proyecto.**

Con el objeto de que las distintas acciones, que contemplan los proyectos adjudicados, sean efectuadas en las fechas más idóneas de acuerdo al mercado al cual están dirigidas, y los fondos públicos invertidos sean utilizados de forma más eficaz y eficiente posible, los receptores de fondos públicos, cuyos proyectos consideren una ejecución que supere el presente año calendario

(31 de diciembre de 2018), deberán solicitar un anticipo por el 100% de los fondos correspondientes al aporte público. El anticipo será necesario con el objeto de que las acciones sean efectuadas en los meses que exista un real impacto al mercado al cual están dirigidos.

Para poder solicitar el anticipo el receptor de fondos públicos deberá presentar a la contraparte técnica de SERNATUR, una carta formal, en la cual deberá indicar que se está solicitando el anticipo, el porcentaje y monto solicitado. A demás deberá entregar, una garantía de anticipo para caucionar el valor total (100%) de los recursos anticipados o adelantados, lo que podrá consistir en cualquier documento que asegure el cobro de la garantía de manera rápida y efectiva, de carácter irrevocable y pagadera a la vista, tomada en un banco comercial o institución habilitada, a nombre del "Servicio Nacional de Turismo", R.U.T. N° 60.704.000-1, cuya vigencia exceda en al menos 100 días corridos al plazo de vigencia del convenio.

Previo a la transferencia de recursos anticipados, el receptor de fondos públicos deberá acompañar los siguientes documentos para su estudio por parte de la Unidad Administrativa de SERNATUR y posterior aprobación del anticipo solicitado:

- Flujo de caja de acuerdo a las actividades aprobadas. El flujo de caja debe evitar el empozamiento de recursos en el proveedor.
- Carta Gantt, con el desarrollo de las distintas actividades, de acuerdo al tiempo de ejecución de las actividades.

Le estará absolutamente prohibido al "ente ejecutor", invertir en cualquier instrumento financiero con el cual pudiese recibir una ganancia producto de los fondos públicos, anticipados. A modo de ejemplo: fondos mutuos, depósitos a plazo, acciones, bonos, etc.

7. TÉRMINO ANTICIPADO DEL CONVENIO Y SANCIONES

7.1 Término anticipado por causa no imputable al receptor de fondos públicos

SERNATUR pondrá término anticipado al convenio, de oficio o a solicitud del receptor de fondos públicos en los siguientes casos:

- Incumplimiento de los resultados estipulados en el convenio, por causa no imputable a la falta de diligencia del receptor de fondos públicos, calificada debidamente por SERNATUR.
- Por haber llegado a la convicción de que el proyecto no alcanzará los objetivos planteados, no podrá ejecutarse dentro de parámetros razonables, o que el receptor de fondos públicos no podrá enterar la parte del aporte de su responsabilidad, por causas no imputables a la falta de diligencia del receptor de fondos públicos, calificada debidamente por SERNATUR.
- Otras causas no imputables a la falta de diligencia del receptor de fondos públicos, calificada debidamente por SERNATUR.
- Las demás que se establezcan en estas bases o en el convenio.

El receptor de fondos públicos deberá realizar la solicitud de término anticipado, por escrito y de manera fundada. En caso que SERNATUR estime que los fundamentos son plausibles, acogerá la solicitud. Para concretar ello, se deberá firmar una resciliación entre SERNATUR y el receptor de fondos públicos, la cual deberá ser aprobada por el acto administrativo correspondiente.

En los casos que SERNATUR haya solicitado término anticipado de oficio, el receptor de fondos públicos tendrá un plazo máximo de 10 días hábiles a contar de la fecha de comunicación del término anticipado, para efectuar descargos. SERNATUR resolverá con el mérito de dichos descargos o, sin ellos, en el caso que el receptor de fondos públicos no los hubiere formulado.

Cuando el receptor de fondos públicos hubiere solicitado anticipo, deberá hacer entrega de un informe final de cierre y restituir el saldo no gastado, no rendido u observado que tuviere en su poder a la fecha de término señalada en la resolución respectiva, dentro del plazo que en la misma se indique. SERNATUR hará efectiva la garantía por anticipo constituida que obre en su poder, si el receptor de fondos públicos no realizare la restitución.

Si el receptor de fondos públicos decide que se le reembolsen los gastos incurridos, con cargo a los fondos públicos adjudicados, SERNATUR sólo transferirá recursos para el pago de los gastos cuya inversión se encuentra técnica y financieramente acreditada, y en los que se haya incurrido hasta la fecha de comunicación del término anticipado, manteniendo el porcentaje de cofinanciamiento.

7.2 Término anticipado del proyecto por acto imputable al receptor de fondos públicos

SERNATUR, podrá poner término anticipado al convenio en caso de que el receptor de fondos públicos:

- No realizare las actividades contempladas en el proyecto.
- Efectuare modificaciones en las actividades del proyecto sin previa aprobación de SERNATUR.
- Negare o dificultare labores de seguimiento, lo que incluye el atraso superior a 15 días en la entrega de los informes técnicos o rendición de cuentas de gasto.
- No pagare dentro del plazo la multa que haya sido determinada, producto del incumplimiento de una obligación contraída con SERNATUR.
- Si se acreditare la existencia de actos de corrupción de cualquier naturaleza en la ejecución del convenio, entendiéndose por "corrupción" para estos efectos, el ofrecer, dar o entregar a un funcionario público, nacional o extranjero, un beneficio económico, regalo, gratificación o comisión por concepto de incitación o recompensa para que realice o se abstenga de realizar actos en el ejercicio de su función, tengan relación con la ejecución de las actividades del proyecto. En este caso además de ponerle término anticipado del convenio, SERNATUR podrá remitir todos los antecedentes que obren en su poder a las autoridades judiciales y/o administrativas correspondientes.
- Las demás que se establezcan en estas bases o en el convenio.

En estos casos el receptor de fondos públicos tendrá un plazo máximo de 10 días hábiles a contar de la fecha de comunicación del término anticipado, para efectuar sus descargos, SERNATUR resolverá con el mérito dichos descargos, o, sin ellos, en el caso que el receptor de fondos públicos no los hubiere formulado.

En el caso de haber solicitado anticipo, el receptor de fondos públicos deberá restituir la totalidad del co-financiamiento recibido, dentro del plazo previsto en la resolución de término anticipado. SERNATUR hará efectiva la garantía por anticipo que obre en su poder, si el receptor de fondos públicos no realizare la restitución en la fecha indicada.

En el caso de que el receptor de fondos públicos hubiese solicitado el reembolso de los gastos, este no podrá solicitar a SERNATUR el reembolso de los gastos efectuados con cargo al co-financiamiento aprobado para la ejecución del proyecto.

8. GARANTÍAS Y SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO

En el evento que los recursos públicos se transfieran anticipadamente al receptor, éste deberá entregar una garantía para caucionar dichos recursos, así como el fiel cumplimiento de las obligaciones contraídas con SERNATUR.

8.1 Garantías por fiel cumplimiento de las obligaciones que impone el convenio

Para garantizar el fiel, íntegro y oportuno cumplimiento de las obligaciones que impone el convenio y el pago de las obligaciones laborales y sociales de los trabajadores del receptor de fondos públicos y de las multas que se impusieren. El adjudicatario deberá entregar, como condición previa para la suscripción del convenio cualquier documento que asegure el cobro de la garantía de manera rápida y efectiva, de carácter irrevocable y pagadera a la vista, tomada en un banco comercial o institución habilitada, a nombre del "Servicio Nacional de Turismo", R.U.T. Nº 60.704.000-1, por un monto equivalente al **5% del monto público adjudicado**, a nombre

de "Servicio Nacional de Turismo", R.U.T. N.º 60.704.000-1, debiendo expresarse el monto en pesos chilenos. Dicha garantía deberá contener la siguiente glosa: **"Para garantizar el fiel, completo y oportuno cumplimiento del convenio y las obligaciones contraídas con SERNATUR, en el marco de la ejecución del proyecto presentado a la campaña de cofinanciamiento para la promoción turística internacional denominado: (nombre proyecto)"**. SERNATUR podrá aceptar textos alternativos, en la medida que indiquen claramente el objeto de la garantía e individualicen el proyecto pertinente.

Será responsabilidad del receptor de fondos públicos mantener vigente esta garantía al menos 100 días corridos posteriores al término de la vigencia del respectivo convenio.

La garantía de fiel cumplimiento del contrato deberá presentarse con anterioridad a la firma del respectivo convenio, pudiendo otorgarse en formato físico o en formato electrónico, caso en el cual deberá ajustarse a las disposiciones de la Ley N.º 19.799 sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha firma, y ser entregada en la oficina de SERNATUR, ubicadas en Avenida Providencia N.º 1550, Comuna de Providencia, Región de Metropolitana, dentro del plazo establecido para ello.

La garantía deberá ser entregada como requisito previo a la firma del convenio respectivo para su registro y debida custodia en SERNATUR.

SERNATUR hará efectiva la garantía si:

- a) El receptor de fondos públicos no renueva o endosa la garantía, con al menos 30 días de anticipación a la fecha de su vencimiento como corresponde.
- b) En los casos que se haga efectivo el término anticipado del convenio según lo señalado en el numeral 7.2 precedente.
- c) El receptor de fondos públicos no cumple con las obligaciones laborales y previsionales de sus trabajadores en caso de contrataciones de servicios
- d) En el caso de cursarse una multa, al receptor de fondos públicos y esta no fuese pagada, dentro del plazo estipulado.

La garantía será devuelta en un plazo de 15 días hábiles siguientes a la solicitud del receptor de fondos públicos, siempre que SERNATUR haya aprobado la rendición de cuenta de gasto final y no existan saldos por restituir.

8.2 Garantía de Anticipo de Fondos Públicos

La garantía por anticipo corresponderá al 100% del monto público anticipado.

El receptor de fondos públicos, durante la ejecución del convenio podrá solicitar al Servicio, anticipos o adelantos por un monto de hasta el 100% del valor total del convenio. El Servicio podrá concederlo en todo o parte, previa evaluación de la oportunidad y pertinencia de otorgar o conceder tal anticipo, el que sólo podrá otorgarse por una sola vez.

El anticipo deberá ser solicitado por el receptor de fondos públicos a la Contraparte Técnica del Servicio a través de carta la cual deberá indicar las razones de dicha solicitud y el monto solicitado. La Contraparte Técnica del Servicio podrá aprobar o no, todo o parte del anticipo solicitado.

De ser aprobado el anticipo por el Servicio éste se concederá por resolución fundada y en tal caso el receptor de fondos públicos estará obligado a entregar antes de la dictación de dicha resolución, y mantener vigente durante el tiempo que se indica en el párrafo siguiente, una garantía de anticipos para caucionar el valor total (100%) de los recursos anticipados o adelantados.

La garantía deberá ser entregada como requisito previo a la autorización de anticipo de fondos comprometidos para su registro y debida custodia en SERNATUR.

La garantía de anticipo consistirá en cualquier documento que asegure el cobro de la garantía de manera rápida y efectiva, de carácter irrevocable y pagadera a la vista, tomada en un banco comercial o institución habilitada, a nombre del "Servicio Nacional de Turismo", R.U.T. N.º 60.704.000-1, por un monto equivalente al 100% de los recursos anticipados o adelantados y expresada en pesos chilenos. Dicha garantía deberá tener la siguiente glosa: **"Para garantizar**

el anticipo de recursos públicos entregados para la ejecución del proyecto: (nombre del proyecto)” (SERNATUR podrá aceptar textos alternativos, en la medida que indiquen adecuadamente el objeto de la garantía e individualicen el proyecto pertinente), y tener una vigencia que exceda en 100 días corridos al plazo de vigencia del convenio, siendo responsabilidad del receptor de fondos públicos mantener permanentemente vigente esta garantía en caso que se prorrogue el plazo de vigencia del convenio. Si no se renova o mantuviere permanentemente vigente esta garantía por el plazo indicado el Servicio quedará facultado para poner término anticipado al convenio y en tal caso hará efectiva la garantía de anticipo que caucionaren recursos que no se hubieren rendido, estuvieren pendientes de rendición o cuyas rendiciones presenten observaciones y éstas no hayan sido subsanadas o que no cuenten con respaldo contable respectivo, junto con la garantía de fiel, íntegro y oportuno cumplimiento del convenio que haya sido otorgada.

La garantía de anticipo deberá presentarse conjuntamente con la carta en la cual se solicita el mismo, pudiendo otorgarse en formato físico o en formato electrónico, caso en el cual deberá ajustarse a las disposiciones de la Ley N° 19.799 sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha firma, y ser entregada en la oficina de SERNATUR, ubicadas en Avenida Providencia N.º1550, Comuna de Providencia, Región de Metropolitana, dentro del plazo establecido para ello.

Para reducir el valor de la garantía de caución del anticipo, el adjudicatario podrá presentar una nueva garantía cuyo monto nuevamente caucione el 100%, de la cifra anticipada que restare por pagar. La nueva garantía que se tome deberá ser emitida en la misma forma y con las mismas condiciones señaladas en los párrafos anteriores.

El anticipo deberá ser descontado de cada una de las rendiciones que el adjudicatario presentare. Una vez completadas las rendiciones hasta el monto anticipado, se puede proceder a devolver la garantía y continuar los procesos de pago que correspondan.

SERNATUR hará efectiva la garantía si:

- a) El receptor de fondos públicos no renueva o endosa la garantía, con al menos 30 días de anticipación a la fecha de su vencimiento, como corresponde.
- b) En los casos que se haga efectivo el término anticipado del convenio según lo señalado en el numeral 7.2 precedente y la garantía de fiel cumplimiento no hubiese bastado para cubrir los montos cobrados.

La garantía será devuelta una vez vencido su plazo de vigencia; o dentro de 15 días hábiles cuando se haya cumplido la totalidad de las obligaciones establecidas en el convenio respectivo.

8.3 Sanciones por Incumplimiento (Multas)

SERNATUR podrá aplicar al receptor de fondos públicos una multa del 2% del monto de financiamiento público comprometido para la ejecución del proyecto por cada día de atraso, con un tope máximo de 15 días corridos, cuando el receptor de fondos públicos, por razones que no constituyan fuerza mayor o caso fortuito, se retrase en la entrega a SERNATUR del informe técnico de actividades o del informe de rendición de cuenta de gastos respectivo. En caso de generarse retrasos por parte del adjudicatario, por un plazo superior a 15 días corridos, en las mismas condiciones antes señaladas, SERNATUR” podrá poner término anticipado al convenio respectivo.

SERNATUR notificará por carta certificada enviada al domicilio del receptor de fondos públicos señalado en los Anexos acompañados, de su decisión de aplicar una multa, indicando claramente su fundamento. El receptor de fondos públicos dispondrá de un plazo de cinco días hábiles a contar de la notificación para formular por escrito sus descargos. Transcurrido el plazo aludido, teniendo en cuenta los descargos que hubiera formulado, SERNATUR, dictará dentro del plazo de 30 días hábiles la correspondiente resolución, cuya copia será remitida al receptor de fondos públicos. En contra de dicha resolución procederán los recursos de reposición y jerárquico establecidos en la ley N° 19.880 que “Establece Bases de los Procedimientos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado”.

En caso que SERNATUR, determine la procedencia de la aplicación de la multa conforme al procedimiento anterior, el receptor de fondos públicos deberá pagar directamente la multa mediante transferencia electrónica, vale vista bancario u otro instrumento financiero equivalente emitido a nombre del SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, en un plazo no superior a 10 días hábiles contados desde su notificación. De no efectuarse el pago dentro del plazo señalado SERNATUR podrá descontar el monto de la multa del reembolso a que el receptor de fondos públicos tenga derecho, o hará efectiva la garantía señalada en el numeral 8.1. precedente, según corresponda.

9. SUBCONTRATACIÓN

Se permite la subcontratación parcial. El receptor de fondos públicos podrá subcontratar parte de las actividades con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, para la prestación de servicios relacionados directamente con las actividades del Proyecto, siempre y cuando esté contemplado en el Proyecto sobre la base de los requerimientos técnicos y económicos del mismo. En todo caso será el receptor de fondos públicos o su continuador legal, el único responsable ante el "Servicio" del cabal y oportuno cumplimiento de la ejecución del proyecto adjudicado, sin que genere vínculo alguno, ni laboral, ni tributario, ni comercial ni ningún otro, entre las personas jurídicas o naturales subcontratadas y el "Servicio."

El receptor de fondos públicos asume íntegramente la total responsabilidad sobre los convenios y subcontratos que este adquiriera para la ejecución del proyecto presentado y aprobado, liberando totalmente al "Servicio" de cualquier responsabilidad al respecto.

10. INFORMES TÉCNICOS Y RENDICIÓN DE GASTOS

10.1 Informes Técnicos Parciales e Informe Técnico Final

Posterior a la ejecución de la campaña adjudicada mediante la presente ventanilla, la entidad beneficiaria deberá presentar tres informes, según se estipula a continuación:

a) Informe preliminar de ejecución

Este informe deberá ser presentado por el "ente ejecutor" una vez firmado el respectivo convenio y en un plazo no superior a 7 días hábiles y deberá contemplar la siguiente información:

- Plan de acciones efectivo a ejecutar de acuerdo a lo indicado en los **Anexos N°6 y N° 7 del proyecto adjudicado**. Los cambios mayores respecto a lo presentado en el proyecto estarán sujetos a aprobación de SERNATUR.

Según corresponda: **Piezas gráficas/audiovisuales/frases radiales u otros**

La adjudicataria deberá incluir en el informe preliminar la siguiente información detallada:

Listado de las piezas a utilizar de acuerdo a las acciones del proyecto donde deberá indicar:

- Formato (pendón, banner, landing page, gráfica vía pública, folleto, merchandising, frase radial, videos, entre otros)
- Cronograma de fecha de presentación de las gráficas antes señaladas para aprobación de SERNATUR. **Se debe tener presente que SERNATUR dispondrá de 5 días hábiles para revisar aprobar, observar o rechazar las gráficas presentadas desde la fecha de recepción de la pieza. En caso que la pieza sea observada o rechazada en su diseño gráfico y/o contenido, esta deberá corregirse y ser enviada nuevamente para aprobación de SERNATUR, quien contará con 5 días hábiles para su revisión y aprobación final o nueva observación y/o rechazo. En caso de existir nuevas observaciones o rechazos aplicarán los plazos indicados anteriormente.**

Plan de Medios. La adjudicataria deberá incluir en el informe preliminar la siguiente información

detallada:

- Nombre Medio
- Tipo de acuerdo al siguiente listado:
 - o Facebook
 - o Google Display
 - o Portal web
 - o Blog-Revista Online
 - o Periódico circulación nacional
 - o Periódico circulación regional
 - o Revista especializada
 - o Revista masiva
 - o TV abierta
 - o TV cable
 - o Vía pública
 - o Otro: BTL - Radio u otro a señalar
- Página web
- Descripción del medio
- Público objetivo (Edad, grupo socioeconómico, ciudades/regiones)
- Mercado (países/ciudades)
- Destinos y/o productos a promocionar
- Objetivo de la inversión en el medio indicado
- Colocación (Facebook, Instagram, display, diario, revista, etc)
- Alcance del medio
- Cobertura de la campaña (% de cobertura)
- Frecuencia
- Formato
- Presupuesto asignado
- Flujo de inversión por mes de ejecución
- KPI de resultados y metas con que se evaluará el desempeño de la campaña (click/interacción, visualizaciones, impresiones, etc.)

Capacitaciones y/o evento. La adjudicataria deberá incluir en el informe preliminar la siguiente información detallada:

- Cantidad de asistentes locales esperados al evento desglosado por perfil: agentes de viajes, ejecutivos de producto, tour-operador emisor, prensa, responsables de contenido...etc.
- Lugar de realización del evento (No aplica para e-learning.)
 - ☐ Nombre establecimiento
 - ☐ Dirección
 - ☐ Página web
- Contenidos charlas/presentaciones: Deberá describirse el contenido que se comunicará y entregarse los documentos que se presentarán. (material de la capacitación)
- Destinos cubiertos: Deberá indicarse los destinos priorizados sea a nivel de macrozona, región o ciudad.
- KPI de resultados y metas con que se evaluará el desempeño de la capacitación.

Ferias. La adjudicataria deberá incluir en el informe preliminar la siguiente información detallada:

- Identificación de la feria:
 - ☐ Nombre de la feria
 - ☐ Página web de la feria
 - ☐ Tipo de feria
 - ☐ Asistentes a la feria (por públicos)
 - ☐ Fecha de Realización
 - ☐ Lugar de realización
- Metros cuadrados a arrendar
- Renders del stand

Misiones Comerciales

- Detalle de las empresas a visitar (fecha y lugar de realización de la misión)
- Datos de identificación de las empresas a visitar:
 - Nombre de Empresa
 - Página web de Empresa
 - Tipo de empresa
 - Nombre del contacto
 - Mail del contacto

Una vez recibido el informe preliminar por parte del “ente ejecutor”, la contraparte técnica de SERNATUR tendrá un plazo de **7 días hábiles** para aprobarlo o enviar las observaciones correspondientes.

En caso de haber observaciones, el plazo de respuesta a dichas observaciones será consensuado entre el “ente ejecutor” y SERNATUR.

El “ente ejecutor” no podrá iniciar la ejecución del proyecto sin contar con la aprobación total de la contraparte técnica de SERNATUR del informe preliminar de acciones.

b) Informe Técnico de Rendición Mensual

Para todas las actividades se deberá entregar la siguiente información:

- Nombre de la actividad (De acuerdo a lo indicado en informe de ejecución preliminar).
- Descripción de la actividad
- Presupuesto aporte público: Itemizado según lo indicado en **Anexo N°7** del proyecto.
- Presupuesto aporte privado pecuniario y valorizado: Ídem ítem anterior.
- Registro fotográfico, audiovisual y/o medios de verificación de la actividad (publicaciones, landing page, print de pantallas, entre otros).

Este informe deberá ser presentado a más tardar **7 días hábiles** posteriores al cierre del mes informado y deberá contemplar la siguiente información:

- Estado de avance de las acciones realizadas según lo indicado en el informe preliminar de ejecución.
- Actualización del plan de acción efectivo a realizar. (En caso de existir modificaciones al plan presentado en el informe preliminar de acciones)
- Rendición financiera de acuerdo a lo indicado en el Manual de Rendiciones.
- Documentos de gastos debidamente timbrados de acuerdo a lo indicado en el Manual de Rendiciones y su Anexo N°5 Formato Timbre u otro y comprobante de egreso (comprobante de pago) correspondientes al mes informado. Podrán presentarse documentos de gastos a nombre del postulante y/o socio (s) estratégico (s) siempre que este último haya firmado la carta de compromiso señalada en **Anexo N°5 de las presentes bases**.

La modificación de una actividad que haya generado gasto adicional en un monto superior al 30% del costo inicial informado, deberá ser evaluada por Sernatur según las consideraciones tenidas a la vista y así determinar si el gasto se considerará financiable o no. En caso que la solicitud sea rechazada y la actividad modificada hubiere generado gastos adicionales, éstos serán de cargo del “ente ejecutor”. Lo anterior no involucrará nuevos recursos públicos, sino que se considerará una reasignación de los recursos solicitados y pactados en el convenio.

El informe técnico debe ser enviado independientemente que no se hayan generado gastos (facturación) en el mes que se informa, debiendo indicarse en el informe técnico que no se presenta rendición financiera.

NO se recibirán facturas emitidas por el socio estratégico para rendir actividades, por

ser este parte del proyecto.

c) Informe Técnico final

Este informe deberá ser presentado a más tardar dentro de los **10 días hábiles posteriores a la fecha de término de ejecución del proyecto** y deberá contemplar la siguiente información:

1. Plan de acciones efectivamente ejecutado.
2. Facturas de costo. Podrán presentarse facturas a nombre del postulante y /o socio (s) estratégico (s) siempre que este último haya firmado la carta de compromiso señalada en Anexo N°5.
3. Medios de verificación de las acciones realizadas:
 - Piezas gráficas utilizadas en el proyecto y registro fotográfico y/o audiovisual de todas las actividades realizadas.

Según corresponda:

Campaña en medios

- Los medios online deberán adjuntar pantallazos de las publicaciones digitales, reporte de los medios con resultados de la campaña implementada (impresiones, print reales de pantalla de la plataforma digital donde se realizó la inversión, views de videos, tasa de clicks, viewability (en caso de disponer) y visitas al sitio a lo menos.
- Landings: Deberán entregarse prints de todas las landings que se utilizaron en la campaña.
- En el caso de los medios offline deberán enviar recorte de la publicación o ejemplar de la revista, diario donde haya aparecido el anuncio, audio de la radio, grilla de frecuencia con fecha y hora, entre otros.

Capacitaciones y/o evento. El informe deberá incluir a lo menos la siguiente información:

- Cantidad de asistentes locales al evento desglosado por perfil: agentes de viajes, ejecutivos de producto, tour-operador emisor, prensa, responsables de contenido...etc.
- Lugar de realización del evento (No aplica para elearnings).
 - Nombre establecimiento
 - Dirección.
 - Página web.
- Contenidos charlas/presentaciones: Deberá adjuntar la presentación final y el material de capacitación utilizado.
- Destinos cubiertos: Indicar los destinos presentados (macrozona, región o ciudad).
- Bases de dato de los asistentes (formato digital editable).
- KPI de resultados y metas.

Ferias. El informe deberá incluir a lo menos la siguiente información:

- Identificación de la feria:
 - Nombre de la feria.
 - Página web de la feria.
 - Tipo de feria.
 - Asistentes a la feria (por públicos).
 - Fecha de realización.
 - Lugar de realización.
- Metros cuadrados arrendados.
- Renders del stand final.
- N° de reuniones realizadas.
- Base de dato de empresas contactadas (formato digital editable).

Misiones Comerciales.

- Detalle de las empresas visitadas (fecha y lugar de realización de la misión)
- Base de dato de las empresas visitadas:

- o Nombre de Empresa.
- o Página web de Empresa.
- o Tipo de Empresa.
- o Nombre del contacto.
- o Mail del contacto.

Aquellos receptores de fondos públicos, que soliciten el reembolso de los gastos, deberán contar con la aprobación total por parte del Servicio del Informe Técnico Final y la Rendición Financiera para el reembolso final de los recursos solicitados.

Informe de Resultados (KPI)

Este informe deberá ser presentado a más tardar dentro de **60 días hábiles luego de finalizado el proyecto** y deberá contemplar, además de las informaciones contenidas en los informes de acciones realizadas e informe preliminar de resultados, la siguiente información:

1. Informe de resultados final de acuerdo a indicadores y metas comprometidas. (KPI)

10.2 Informes de Rendiciones de Cuenta de Gastos

Los gastos deberán rendirse sólo respecto de actividades previstas en el correspondiente proyecto, sobre la base de costos totales, reales y con respaldos originales en caso que el receptor sea un ente privado. De acuerdo a lo estipulado en las presentes bases y en el manual de rendiciones.

Todo gasto que esté incorporado en una rendición de cuentas, que no esté asociada a actividades previstas en el correspondiente proyecto será rechazado por SERNATUR.

Si los costos reales asociados a la ejecución del proyecto son mayores que los presupuestados, será de cargo del receptor de fondos, la diferencia que se produzca, asumiendo ésta el mayor costo que pudiere tener la ejecución del mismo.

Si los costos reales asociados a la ejecución del proyecto son menores de lo previsto, SERNATUR financiará dichos costos sólo en el porcentaje comprometido en el proyecto, debiendo el receptor de fondos públicos reintegrar la diferencia que se produzca cuando hubiese solicitado anticipo, en el plazo que establezca el convenio suscrito por las partes y/o por las normas que regulen el proceso de rendición de cuenta de gastos.

El receptor de fondos públicos deberá rendir cuenta conforme lo establezca el convenio suscrito con SERNATUR, sin perjuicio de lo establecido en la Resolución N°30, de 2015 de la Contraloría General de la República que fija Normas de Procedimiento sobre rendiciones de cuentas, o de las resoluciones que la modifiquen o reemplacen y el Manual de Rendiciones del Concurso.

Para efecto de calcular el tipo de cambio aplicable en el proceso de rendición de cuentas de gastos, éste se calculará en base al valor del dólar observado, euro, o moneda correspondiente, de la fecha de la operación de cambio respectiva.

El receptor de fondos públicos y su socio estratégico si lo hubiere, serán los obligados al pago de cualquier tipo de impuesto, tasa, fee, derecho, etc. que como consecuencia de la ejecución de los proyectos hubiese que pagar.

10.3 Modificación de plazos para la entrega de Informes

Excepcionalmente- dentro del plazo de vigencia del convenio, **a solicitud del receptor de fondos públicos**, a través del supervisor del proyecto, SERNATUR podrá autorizar la extensión del plazo de entrega de un informe técnico o informe de rendición de cuenta de gastos para análisis por parte del Servicio. Dicha solicitud deberá ser presentada por escrito a SERNATUR (Carta entregada en oficina de Partes del Servicio o Carta adjunta debidamente firmada a través de un correo electrónico), con la antelación necesaria para su conocimiento y resolución.

11. DIFUSIÓN, TRANSFERENCIA Y UTILIZACIÓN DE RESULTADOS

SERNATUR podrá difundir – con irrestricto apego a la normativa legal vigente – toda aquella información acerca del proyecto, que reciba a partir de los informes entregados por los receptores de fondos públicos, así como cualquier dato relacionado con el mismo. Podrá también publicar información estadística relacionada con la ventanilla abierta en general y los proyectos en particular.

Para los efectos de lo antes señalado, y conforme lo preceptuado en el artículo 4° de la ley 19.628, sobre Protección de la Vida Privada, la postulación e incorporación de datos por parte del postulante, hará las veces de autorización escrita para que SERNATUR pueda incorporar en sus bases de datos información del proyecto, y, a la vez difundirla en caso de recibir una solicitud de información conforme establece la ley N° 20.285, sobre Acceso a la Información Pública. Si dicha solicitud se refiriera a documentos o antecedentes que contengan información que pueda afectar derechos de terceros, SERNATUR, deberá aplicar los procedimientos dispuestos en el artículo 20° de dicha norma legal.

El producto del trabajo que desarrolle el receptor de fondos públicos y/o sus dependientes, con ocasión del convenio, tales como productos audiovisuales, imágenes, archivos de audio, aplicaciones para móviles, textos, diagnósticos, diseños, bases de datos, informes, términos de referencia y, en general, toda obra que se elabore en cumplimiento del convenio, serán de propiedad del Servicio Nacional de Turismo, quien se reserva el derecho de disponer de ellos libremente, sin limitaciones de ninguna especie, no pudiendo el adjudicatario realizar ningún acto respecto de ellos ajeno al convenio, sin autorización previa y expresa del “Servicio”.

El receptor de fondos públicos se hace responsable de contar con todos los permisos de uso de imágenes necesarios, para que los productos puedan ser utilizados por el Servicio Nacional de Turismo, en cualquier actividad relacionada con el rubro, sin limitación de tiempo y que pueda ceder a título gratuito su uso y/o tenencia a terceros.

12. REMUNERACIONES Y COTIZACIONES PREVISIONALES.

El “Servicio” no tendrá vinculación laboral o jurídica alguna con los empleados que trabajen para el receptor de fondos públicos. En consecuencia, no será responsable de las remuneraciones, impuestos, imposiciones previsionales, indemnizaciones, seguros contra los accidentes del trabajo o daños a terceros; todo lo cual será de exclusivo cargo y responsabilidad del receptor de fondos públicos.

Sin embargo, y en conformidad con lo dispuesto en el artículo 183-C del Código del Trabajo, se podrá exigir al receptor de fondos públicos un certificado que acredite el monto y estado de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales emitido por la Inspección del Trabajo respectiva, o bien, por los medios idóneos que garanticen la veracidad de dicho monto y estado de cumplimientos, respecto de sus trabajadores o de los trabajadores de las empresas que subcontrate. Ello, con el propósito de hacer efectivo, por parte del “Servicio”, su derecho a ser informado y el derecho de retención, consagrados en los incisos segundo y tercero del artículo 183-C del Código del Trabajo, en el marco de la responsabilidad subsidiaria derivada de dichas obligaciones laborales y previsionales, a la que alude el artículo 183-D del mismo Código.

13. CONTRAPARTES TÉCNICAS.

El adjudicatario deberá informar, antes de la suscripción del convenio, el nombre de quien actuará como interlocutor válido y contraparte técnica del adjudicatario ante la Contraparte Técnica del Servicio. En caso de omisión de esta información hará las veces de tal su Representante Legal. Cualquier cambio en la persona de este interlocutor deberá ser informado y aprobado por la Contraparte Técnica del Servicio. Los cambios no informados ni aprobados se entenderán como no realizados.

Por su parte, actuarán como Contraparte Técnica del Servicio, un representante de la Sub unidad de Canales y Prensa.

Las funciones de la contraparte técnica incluirán:

1. Supervisar y controlar el desarrollo del trabajo, velando por el estricto cumplimiento de los objetivos de las bases y de los plazos acordados para el desarrollo de las actividades.
2. Colaborar y asistir al receptor de fondos públicos, en el ámbito de sus competencias.
3. Autorizar adecuaciones relativas al proyecto y en general atender y resolver situaciones emergentes no consideradas.
4. Determinar la aplicación de las sanciones, multas o del término anticipado del convenio de acuerdo a lo establecido en estas bases.
5. Fijar el monto del pago proporcional que se debe pagar al adjudicatario en caso de que éste entregue o cumpla solo una parte de los productos o servicios contratados.
6. Autorizar las prórrogas del plazo de vigencia del convenio y/o los plazos de entrega de las actividades, en ambos casos mientras esos plazos no se encuentren vencidos, solicitando una nueva garantía de fiel cumplimiento del convenio y/o de anticipos, a fin de mantener permanentemente caucionadas las obligaciones del adjudicatario.
7. Coordinar la interacción de los distintos actores o partícipes en el proceso de ejecución del convenio.
8. Recepcionar las garantías de fiel cumplimiento de convenio y/o anticipo que entregue el adjudicatario en caso de prórrogas del convenio o de los plazos de entrega de los bienes o servicios contratados.
9. Decepcionar en los plazos establecidos, los comprobantes y planillas que demuestren el pago por parte del adjudicatario de las remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos dos años.
10. Las demás que se establezcan en estas bases o en el convenio.

El adjudicatario deberá otorgar todas las facilidades destinadas a la ejecución de las funciones de control y supervigilancia de la Contraparte Técnica del Servicio.

14. CONFIDENCIALIDAD.

El receptor de fondos públicos y su personal deberán guardar estricto control y reserva sobre la información y documentos a los que tenga acceso durante y con posterioridad al desarrollo del convenio.

Cualquier documento de propiedad del "Servicio", al que haya accedido directa o indirectamente, a propósito de la ejecución del convenio, deberá ser devuelto por el receptor de fondos públicos al finalizar la ejecución del mismo. El incumplimiento de esta obligación dará lugar al término anticipado de la convención y al cobro de la garantía, según determine el "Servicio". Si la ejecución del convenio ya se hubiere verificado, el "Servicio" podrá, además, iniciar las acciones legales que correspondan, respondiendo el receptor de fondos públicos de todos los perjuicios que se deriven de la infracción de esta obligación.

15. CONTROVERSIAS

Las cláusulas del convenio que pudiese ser objeto de controversias o dudas en cuanto a su correcto sentido y alcance, forma y oportunidad de su aplicación y todo otro conflicto interpretativo que pudiese surgir acerca de ellas, serán resueltas por el "Servicio". Lo anterior, sin perjuicio de los recursos contemplados en la Ley.

"SERNATUR" no tendrá ningún tipo de responsabilidad en las posibles controversias o disputas que pudiesen producirse entre "el receptor de fondos públicos", su "socio estratégico" o con empresas subcontratadas, con motivo de la ejecución del presente proyecto. Por lo que el "Servicio" no se hará cargo de ningún tipo de reclamo, compensación o indemnización que cualquiera de los involucrados en el proyecto pudiese interponer.

De la misma forma "SERNATUR" no se hará responsable por posibles perjuicios que pudiesen causar el receptor de fondos públicos, su "socio estratégico" o una empresa subcontratada, en la ejecución de los proyectos.

16. PROHIBICIÓN DE TRASPASO Y CESIÓN DEL CONVENIO.

El receptor de fondos públicos no podrá ceder ni transferir en forma alguna, sea total o parcialmente, los derechos y obligaciones que nacen con ocasión del concurso y del presente convenio, salvo que una norma legal especial permita las referidas cesiones.

2° APRUEBANSE, los formatos de: a) Glosario de Términos, b) declaración jurada sobre financiamiento privado del proyecto que declare que el financiamiento privado comprometido para la ejecución del proyecto no tiene su fuente - ya será parcial o totalmente - en fondos públicos provenientes de SERNATUR u otro organismo público; c) declaración jurada mediante la cual el receptor de los fondos públicos declara que está al día en el pago de deudas provenientes del seguro de cesantía de sus trabajadores, o que no tiene trabajadores por los cuales tenga que pagarlas; d) declaración jurada que declara que el receptor de fondos públicos está al día en el pago de deudas de carácter previsional de sus trabajadores, o que no tiene trabajadores por los cuales tenga que pagarlas; e) carta de compromiso de aportes postulante y socio (s) estratégico (s) ; f) Formulario de Postulación Propuesta técnica; g) formulario de presentación Propuesta Económica h) Manual de Rendiciones i) Manual de Campañas; correspondientes a los Anexos N°1, N°2, N°3, N°4, N°5, N°6, N°7 y N° 8 respectivamente, de las bases de la ventanilla abierta para la postulación de proyectos a la campaña de cofinanciamiento para la Promoción Turística Internacional, cuyos textos son los siguientes:

ANEXO N°1 **Glosario de términos**

Año Calendario: Corresponde a los 12 meses del año en que se presenta el proyecto y que corresponde al año de ejecución presupuestaria pública y que finaliza todos los 31 de diciembre de cada año.

Socio Estratégico: Es una entidad jurídica o persona natural que presenta junto con el Postulante un proyecto a la campaña de cofinanciamiento de Promoción Turística Internacional comprometiéndose con la correcta e integral ejecución del proyecto no siendo por tanto proveedor del proyecto y por lo tanto **NO se pueden recibir facturas emitidas por el socio estratégico para rendir actividades.**

Tour operador: Es una compañía, parte del canal de comercialización, que crea y comercializa paquetes turísticos que pueden incluir transporte, alimentos, hospedaje, visitas de ciudad, etc. Este puede ser Emisivo, Receptivo o ambos.

TTOO Receptivo: Es una compañía, del canal de comercialización, encargada de recibir en destino a turistas extranjeros.

TTOO Emisivo: Es una compañía, del canal de comercialización, encargada de hacer llegar turistas a otros destinos.

Branding: La noción de branding permite referirse al proceso de construcción de una marca. se incluye estrategia para gestionar los activos vinculados, ya sea de manera directa o indirecta, a un nombre comercial y su correspondiente logotipo o símbolo.

Campaña de medios online: Es toda comunicación de un producto o destino en formato digital dirigida a potenciales turistas y/o fuerza de venta. La publicidad online es la que se realiza en los medios interactivos, tales como; Internet, televisión interactiva y aparatos móviles, a través de formatos específicos como, por ejemplo, banners, landing page, spot publicitarios, aplicaciones para teléfonos móviles entre otros.

Landing page: Se denomina página de aterrizaje (del inglés landing pages) al sitio web al que eres derivado tras pulsar el enlace de una guía, un portal, algún banner o anuncio de texto situado en otra página web o portal de internet.

Banners: Espacio publicitario insertado en una página de internet que debe contener las directrices de uso de marca que establezcan las presentes bases.



**CHILE LO
HACEMOS
TODOS**

Video: Herramienta audiovisual para dar a conocer un producto, presentar un servicio o destino, lanzar una campaña o captar a un determinado público.

Spot publicitario: Herramienta para dar a conocer una marca, producto, servicio o destino concreto y para convencer, estimular y potenciar el interés de la audiencia al que va dirigido hacia un determinado objetivo. Existen spot de radio, televisión y redes sociales.

Hosting: El hosting es un servicio que puedes asociar a tu dominio web que puede incluir desde correos electrónicos hasta la misma página web.

Housing: El housing es un servicio que proporciona un datacenter, donde provee espacio en una sala de servidores para un servidor dedicado. Muchas empresas pequeñas o medianas almacenan su servidor en los mismos locales de su negocio, sin embargo, en caso de fuego o robo, se podría perder el servidor entero

Google Adwords: Es un servicio y un programa de la empresa Google que se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. A través de palabras claves, se pueden crear anuncios en línea para llegar a los usuarios en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que ofrece una entidad. Es considerada un tipo de campaña online que generalmente va asociada a una campaña en google display. Los anuncios de búsqueda pueden ser en forma de texto, anuncios gráficos, anuncios en YouTube o anuncios en aplicaciones móviles.

Google display: Se trata de un conjunto de más de dos millones de sitios web, videos y aplicaciones donde pueden aparecer los anuncios de AdWords desarrollados por una entidad.

Print page: Impresión de pantalla

Campaña de medios offline: Es toda comunicación de un producto o destino que utiliza los canales tradicionales. Como su nombre lo indica, este tipo de publicidad se encuentra "fuera de línea" por lo que no hace uso del internet como medio de difusión. Los métodos que se utilizan para la promoción son la televisión, la radio, el periódico, el cine, las revistas, las vallas publicitarias (Vía Pública), las notas de prensa, etc.

BTL: La técnica publicitaria «below the line», que significa literalmente en castellano; bajo la línea, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para la promoción de un producto y destino, dirigidas a segmentos de mercado específicos. Los BTL generalmente son acciones complementarias a campañas de promoción tradicionales en medios off y on line.

Newsletter: Es un boletín con información periódica que es transmitida por medio del correo electrónico, con la que se informa a los usuarios sobre temas de su interés. Un newsletter es considerado una acción de marketing directo.

Feria: Las ferias de turismo son eventos periódicos que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización.

Roadshow: Es un evento itinerante, que consiste en llevar una acción de marketing a distintas ciudades en los mercados objetivo para la promoción turística internacional, con el propósito de captar clientes, transmitir un mensaje y promocionar la marca Chile como destino turístico internacional.

Capacitación fuerza de venta: Es una acción que consiste en educar a tour operadores y agencias de viaje internacionales sobre el destino Chile y sus productos con el objetivo de fidelizar a la fuerza de venta y facilitar la venta del destino en el mercado donde se realiza la acción.

Catering: Servicio que consiste en elaborar y/o servir bebidas y alimentos en un evento, un lugar público o un medio de transporte.

Activos fijos: Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el

funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc.

Empozamiento de fondos públicos: Mantener recursos que se han solicitado producto de la no ejecución oportuna de los gastos informados.

KPI: Los KPIs son métricas que se utilizan para cuantificar los resultados de una determinada acción o estrategia en función de unos objetivos predeterminados; en cristiano, indicadores que nos permiten medir el éxito de nuestras acciones.

Receptor de fondos públicos:

Postulante: Persona Natural o Jurídica que solicita fondos públicos para el financiamiento de un proyecto de Promoción Turística Internacional.

Soporte propio (medio propio): Medios del postulante y/o socio estratégico, tales como: newsletter, sitio web, blog, redes sociales, comunicados a clientes (on y offline), revistas y diarios de la empresa, puntos de ventas y cualquier otro soporte y/o medio que podría ser calificado de medios propios.

Ente ejecutor: Entidad encargada de llevar adelante (ejecutar) un proyecto.

Adjudicatario: Persona natural o Jurídica que recibe o se adjudica fondos públicos para la Promoción Turística Internacional.

ANEXO N°2

DECLARACIÓN JURADA SOBRE FINANCIAMIENTO PRIVADO DEL PROYECTO

DECLARACION JURADA RECEPCION DE FONDOS PUBLICOS PERSONA NATURAL

(Nombre del receptor de fondos públicos), (Nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N°, xxxx, domiciliado en _____, comuna XXXX, Región XXXX, declaro que el financiamiento privado comprometido para la ejecución del proyecto (Señalar nombre del proyecto), no tiene su fuente de financiamiento- ya sea parcial o totalmente- en fondos públicos provenientes de SERNATUR u otro organismo público; correspondiendo éste por lo tanto a financiamiento 100% de origen privado.

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos

DECLARACION JURADA RECEPCION DE FONDOS PUBLICOS PERSONA JURIDICA

(Nombre del receptor de fondos públicos), Rol Único Tributario N°XXXXXXXXXXXX, representado por (Nombre representante legal), (Nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N°, xxxx, domiciliado en XXXXXX, comuna XXXX, Región XXXX, declaro que el financiamiento privado comprometido para la ejecución del proyecto (Señalar nombre del proyecto), no tiene su fuente de financiamiento- ya sea parcial o totalmente- en fondos públicos provenientes de SERNATUR u otro organismo público; correspondiendo éste por lo tanto a financiamiento 100% de origen privado.

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos

ANEXO N°3⁸

DECLARACIÓN JURADA SEGURO DE CESANTÍA

DECLARACION JURADA RECEPCIÓN DE FONDOS PUBLICOS PERSONA NATURAL

(Nombre del receptor de fondos públicos), (Nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N°, xxxx, domiciliado en XXXXXX, comuna XXXX, Región XXXX, declara:

	SI	NO
Tener trabajadores por los cuales paga seguro de cesantía		
Si la respuesta anterior es afirmativa estar al día en el pago del seguro de cesantía		

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos

DECLARACION JURADA RECEPCIÓN DE FONDOS PUBLICOS PERSONA JURIDICA

(Nombre del receptor de fondos públicos), Rol Único Tributario N°XXXXXX, representado por (Nombre representante legal), (Nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N°, xxxx, domiciliado en XXXXXX, comuna XXXX, Región XXXX, declara:

	SI	NO
Tener trabajadores por los cuales paga seguro de cesantía		
Si la respuesta anterior es afirmativa estar al día en el pago del seguro de cesantía		

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos

⁸ SE PRESENTA SÓLO EN CASO DE ADJUDICACIÓN

ANEXO N°4⁹

DECLARACIÓN JURADA PAGO DEUDAS DE CARÁCTER PREVISIONAL

DECLARACIÓN JURADA RECEPCIÓN DE FONDOS PUBLICOS PERSONA NATURAL

(Nombre del receptor de fondos públicos), (Nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N°, xxxx, domiciliado en XXXXXX, comuna XXXX, Región XXXX, declara:

	SI	NO
Tener trabajadores por los cuales paga obligaciones de carácter previsional		
Si la respuesta anterior es afirmativa estar al día en el pago de deudas de carácter previsional de sus trabajadores		

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos

DECLARACIÓN JURADA RECEPCIÓN DE FONDOS PUBLICOS PERSONA JURIDICA

(Nombre del receptor de fondos públicos), Rol Único Tributario N°XXXXXXXXX, representado por (Nombre representante legal), (Nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N°, xxxx, domiciliado en XXXXXX, comuna XXXX, Región XXXX, declara:

	SI	NO
Tener trabajadores por los cuales paga obligaciones de carácter previsional		
Si la respuesta anterior es afirmativa estar al día en el pago de deudas de carácter previsional de sus trabajadores		

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos

⁹ SE PRESENTA SÓLO EN CASO DE ADJUDICACIÓN

ANEXO N°5

**CARTA DE COMPROMISO DE APORTES
POSTULANTE**

SRES. SERVICIO NACIONAL DE TURISMO:

En mi calidad de representante legal de (*completar nombre de empresa, asociación gremial u otra*), (*completar RUT*), vengo en hacer presente el interés de mi representada de participar en calidad de **postulante**, en el proyecto denominado (*completar nombre del Proyecto*) presentado conjuntamente con (*completar nombre del Socio Estratégico si lo hubiere*) a la ventanilla abierta "XXXXXXXXXX."

Asimismo, vengo en manifestar el compromiso de la entidad a la cual represento, para realizar el aporte que a continuación se detalla:

Aportes pecuniarios (en dinero) (*Consigne el total de los aportes en dinero, detallando los principales ítems de gasto donde van destinados tales aportes*)

Monto total aporte pecuniario: \$ (*monto en pesos chilenos*)

* En caso que el postulante no realice aporte pecuniario, complete con \$0.

Descripción de los principales ítems de gasto:

Aporte valorado. (*Consigne el total de los aportes valorados, detallando los principales ítems de gasto donde van destinados tales aportes*)

Monto total aporte valorado: \$ (*monto en pesos chilenos*)

* En caso que el postulante no realice aporte valorado, complete con \$0

Descripción de los principales ítems de gasto:

Los aportes comprometidos se harán efectivos en conformidad a lo anterior, lo que será detallado en el proyecto y serán entregados durante el período que comprende la ejecución total del proyecto.

*** En caso que el postulante no realice aporte pecuniario ni valorado al Proyecto, marque aquí con una X:**

(**Nombre, RUT y firma del Representante Legal del postulante**)
(**Nombre, Rut y domicilio del postulante**)

ANEXO N°5
CARTA DE COMPROMISO DE APORTES
SOCIO (S) ESTRATÉGICO (S) (SI LO HUBIERE)

SRES. SERVICIO NACIONAL DE TURISMO:

En mi calidad de representante legal de *(completar nombre de empresa, asociación gremial u otra)*, *(completar número de identificación empresa)*, vengo en hacer presente el interés de mi representada de participar en calidad de **socio estratégico**, en el proyecto denominado *(completar nombre del Proyecto)* presentado conjuntamente con *(completar nombre del Postulante)* a la ventanilla abierta "XXXXXXX."

Asimismo, vengo en manifestar el compromiso de la entidad a la cual represento, para realizar el aporte que a continuación se detalla:

Aportes pecuniarios (en dinero) *(Consigne el total de los aportes en dinero, detallando los principales ítems de gasto donde van destinados tales aportes)*

Monto total aporte pecuniario: \$ <i>(monto en pesos chilenos)</i>
--

Descripción de los principales ítems de gasto:
--

Aporte valorado. *(Consigne el total de los aportes valorados, detallando los principales ítems de gasto donde van destinados tales aportes)*

Monto total aporte valorado: \$ <i>(monto en pesos chilenos)</i>
--

Descripción de los principales ítems de gasto:
--

Los aportes comprometidos se harán efectivos en conformidad a lo anterior, lo que será detallado en el proyecto y serán entregados durante el período que comprende la ejecución total del proyecto.

(Nombre, RUT y firma del Representante Legal del socio estratégico)
(Nombre, Rut y domicilio del socio estratégico)

ANEXO N°6

FORMULARIO PRESENTACIÓN PROPUESTA TÉCNICA DEL PROYECTO

1. ANTECEDENTES GENERALES

- 1.1. Nombre del Proyecto:
- 1.2. Mercado al que postula:
- 1.3. Financiamiento Público al que postula (%):
- 1.4. Destino (s) representativo (s): (Indicar los destinos chilenos que serán promocionados con la campaña)

2. POSTULANTE Y BENEFICIARIO(S) DEL PROYECTO

2.1. Postulante:

Nombre Comercial	
Razón Social	
RUT	
Dirección Principal	
Número	
Departamento / Oficina	
Comuna	
Región	
Página web	
Tipo entidad	
Años de operación de la empresa	
Nombre Contacto	
Teléfono Contacto	
Correo Electrónico Contacto	

2.2. Socio (s) estratégico (s): Completar el cuadro por cada uno de los socios estratégicos en caso de postular con más de 1 socio.

Marcar con una X si no presenta socio estratégico

No presenta socio Estratégico	
-------------------------------	--

Nombre Comercial	
Razón Social	
RUT	
Dirección Principal	
Número	
Departamento / Oficina	
Comuna	
Región	
País	
Página web	
Tipo entidad	
Nombre Contacto	
Teléfono Contacto	
Correo Electrónico Contacto	

3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Realice una breve descripción del proyecto (concepto de la campaña/ mensaje clave, público objetivo) (máximo 2500 caracteres)	
Describa el producto/servicio/destino a promover en este proyecto (máximo 2500 caracteres)	
Defina objetivo general	
Objetivos específicos del proyecto (máximo 2000 caracteres)	

4. OPORTUNIDADES OBSERVADAS EN EL MERCADO (En caso de que la campaña sea en más de un mercado, tendrá que replicar esta misma tabla por cada mercado a abordar)

Nombre del Mercado	
Segmentos prioritarios	
¿Cuál es la oportunidad o potencial de su producto/servicio/destino en el mercado objetivo seleccionado? (máximo 2000 caracteres)	
Describe el perfil de sus potenciales clientes/compradores en el país objetivo seleccionado	
Resultados Esperados	

5. ACTIVIDAD(ES) DEL PROYECTO (Plan de acción)

Desarrollar el plan de acciones y la descripción de cada una de las actividades propuestas indicando según corresponda:

5.1. Plan de Medios: Detallar cada una de las actividades que compongan el plan de medios (repetir la tabla cuantas veces sea necesario) es decir si elige más de un medio del listado a continuación **debe** completar la tabla por cada medio elegido.

A. Tipo de medio de acuerdo al siguiente listado: (Puede elegir más de un medio dependiendo de su plan)

☐	Facebook
☐	Google Display y adwords
☐	Portal web
☐	Blog-Revista Online
☐	Periódico circulación nacional
☐	Periódico circulación regional
☐	Revista especializada
☐	Revista masiva
☐	TV abierta
☐	TV cable
☐	Vía pública
☐	Otro: explicar

B. Descripción de los medios del plan (debe completar la tabla por cada medio seleccionado en el punto anterior. (A)

Nombre Medio:	
Tipo de Acción (banner, vía pública, BTL, ½ página Revista, etc.)	
Página web (en caso de existir)	
Descripción del medio:	
Público objetivo (Edad, grupo socioeconómico, ciudades/regiones)	

Mercado (países/ciudades)	
Destinos y/o productos a promocionar	
Objetivo de la inversión en el medio indicado	
Colocación (Facebook, Instagram, display, diario, revista, etc)	
Alcance del medio:	
Cobertura de la campaña (% de cobertura)	
Frecuencia	
Formato	
Presupuesto asignado	
Flujo de inversión por mes de ejecución	
KPI de resultados y metas con que se evaluará el desempeño de la campaña (click/interacción, visualizaciones, impresiones, etc)	

C. Carta gantt tentativa de ejecución del plan de medios (semanal o mensual según corresponda)

5.2. Capacitaciones/Talleres. Detallar las acciones relativas a este tipo de actividades, en caso de que corresponda. **(Debe repetir la tabla por cada capacitación y/o taller a realizar):**

Nombre de la actividad	Capacitación o taller XXXX								
Cantidad de asistentes locales esperados al evento desglosado por perfil:	<table> <tr> <td>Agentes de viajes</td><td></td></tr> <tr> <td>Tour-operador</td><td></td></tr> <tr> <td>Prensa</td><td></td></tr> <tr> <td>Otros:</td><td></td></tr> </table>	Agentes de viajes		Tour-operador		Prensa		Otros:	
Agentes de viajes									
Tour-operador									
Prensa									
Otros:									
Mercado y o ciudad donde se realizará									
Formato (Presencial u on line, incluye cena, almuerzo, coffee, activación, etc									
Descripción del contenido que se comunicará (¿de qué tratará la capacitación?									
Fecha Tentativa									
KPI de resultados y metas con que se evaluará el desempeño de la actividad									

5.3. Misiones Comerciales (Puerta a Puerta): Describir las acciones relativas a este tipo de actividad (repetir la tabla cuantas veces sea necesario):

Nombre de la actividad	Misión Comercial XXX								
Cantidad de visitantes locales esperados al visitar	<table> <tr> <td>Agentes de viajes</td><td></td></tr> <tr> <td>Tour-operador</td><td></td></tr> <tr> <td>Prensa</td><td></td></tr> <tr> <td>Otros:</td><td></td></tr> </table>	Agentes de viajes		Tour-operador		Prensa		Otros:	
Agentes de viajes									
Tour-operador									
Prensa									
Otros:									
Mercado y/o ciudad donde se realizará									
Destinos y/o productos que se presentarán									
Fecha tentativa									
KPI de resultados y metas con que se evaluará el desempeño de la actividad									

5.4. Ferias y/o Evento: Describir las acciones relativas a este tipo de actividad (no deben formar parte del calendario de acciones de Sernatur) (repetir la tabla cuantas veces sea necesario):

Identificación de la feria y/o evento:	Nombre	
	Página web	
	Tipo de feria o evento	
	Asistentes a la feria/o evento (enfoque: B2b, B2C, etc.)	
	Fecha de Realización	
	Lugar de realización	
Metros cuadrados contemplados para el stand o área de exposición		
Fecha de realización		
KPI de resultados y metas con que se evaluará la participación en feria y/o evento		

5.5. BTL: Describir las acciones relativas a este tipo de actividad (repetir la tabla cuantas veces sea necesario):

Nombre de la actividad	BTL XXX
Cantidad de visitantes locales esperados o afluencia de público estimada	
Descripción del BTL	
Mercado y/o ciudad donde se realizará	
Destinos y/o productos que se presentarán	
Fecha tentativa	
KPI de resultados y metas con que se evaluará el desempeño de la actividad	

6. RESUMEN FINANCIERO DEL PROYECTO

El financiamiento de las actividades indicadas debe ser igual a lo señalado en el Formulario de presentación Propuesta Financiera (Anexo 7)

6.1. Costo del Proyecto

Se deben detallar los costos de cada una de las actividades indicadas en el punto N°5 del presente formulario.

N o	Actividad(es)	Monto Pesos (CLP)	Monto en Moneda extranjera
1	[Actividad1]	[Suma Monto Peso 1]	[Suma Monto Dólares 1]
...	...	...	...
N	[Actividad n]	[Suma Monto Peso N]	[Suma Monto Dólares N]
Financiamiento Total del Proyecto		[Total monto pesos]	[Total monto dólares]

6.2. Fuentes de Financiamiento

Fuente de Financiamiento	Monto Pesos (CLP)	Monto en Moneda extranjera
Total Aporte Público	[Suma Monto Peso 1]	[Suma Monto Dólares 1]
Total Aporte Privado Pecuniario	...	...
Total Aporte Privado Valorado		
TOTAL DEL PROYECTO		

Fuente de Financiamiento	%
Total Aporte Público	xx%
Total Aporte Privado Pecuniario	xx%
Total Aporte Privado Valorado	xx%

7. ANTECEDENTES DEL POSTULANTE Y SOCIO (S) ESTRATEGICO (S)
(Rellenar una tabla para el postulante y por cada uno del o los Socio (s) Estratégico (s) si los hubiere)

Realice una breve descripción del postulante/socio estratégico	
Año de inicio de la Operación a Chile (Sólo socio estratégico)	
Información cuantitativa del postulante/socio estratégico (N° de pasajeros, cantidad de paquetes que incluyen Chile, cuántos y cuáles destinos y/o productos promociona o vende, % de venta directa y vía canal)	

Facturación total de la empresa relacionada a la venta del destino Chile en el último año ¹⁰	
---	--

De acuerdo a su catálogo de productos y servicios, indicar el número de:

Productos representados en la campaña	
Servicios representados en la campaña	

ANEXO N°7

FORMULARIO PRESENTACIÓN PROPUESTA FINANCIERA

1.1. Costo del Proyecto

N°	Actividad(es)	Monto Pesos (CLP)	Monto Moneda Extranjera
1	[Actividad 1]	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo Dólares 1]
N	[Actividad N]	[Suma Monto Pesos N]	[Suma Monto ejemplo Dólares N]
Financiamiento Total del Proyecto		[Total monto pesos]	[Total monto ejemplo Dólares]

1.2. Fuentes de Financiamiento

Actividad(es)	Monto Pesos (CLP)	Moneda Extranjera
Total Aporte Público	[Suma Monto]	[Suma Monto]
Total Aporte Privado no financiado		
Total Aporte Privado valorado		
Total Proyecto	[Suma total]	[Suma total]

Actividad(es)	%
Total Aporte Público	%
Total Aporte Privado no financiado	%
Total Aporte Privado valorado	%
Total Proyecto	100%

Nota: Los cuadros anteriores son un resumen del registro de las actividades proporcionadas en las hojas de detalle y deben coincidir con lo señalado en hoja Detalle por actividades del proyecto

¹⁰ En caso de ser una entidad distinta como Corporación/Fundación/Asociación debe indicarlo claramente debiendo plasmar en este punto cifras de venta de los asociados participantes en la campaña.

1.1. Costo del Proyecto

Señalar las actividades incluidas en la propuesta Técnica, agrupando las acciones de acuerdo a su tipo, Ejemplo: Actividades On line.

N°	Actividad(es)	Monto Pesos (CLP)	Monto Moneda Extranjera	Financiamiento Público	Financiamiento Privado	Financiamiento Privado
1	Plan de Medios On Line	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Suma Monto Pesos 1]
2	Plan de Medios Off Line	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]
3	BTL	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]
4	Exposición/Taller	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]
5	Perseo	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]
6	Móviles/Comunidad (Pública/Privada)	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]
...						
N	[Actividad(s)]	[Suma Monto Pesos N]	[Suma Monto ejemplo Dólares N]	[Monto Pesos N]	[Monto Pesos N]	[Monto Pesos N]
Financiamiento Total del Proyecto		[Total monto pesos]	[Total monto Ejemplo Dólares]	[Total monto pesos]	[Total monto pesos]	[Total monto pesos]
				aporte público	aporte privado	aporte privado

1.2. Apertura de actividades por Cuenta Financiable

Una vez agrupadas las actividades en el punto anterior, estas deben ser asociadas a las cuentas financieras correspondientes (las cuentas financieras corresponden a los ítem de gastos que tiene cada actividad y serán la forma en que se rendirán las acciones, revisar pestaña cuentas financieras donde aparece la descripción de cada una). Deben indicar además la fuente de financiamiento de cada cuenta. Ejemplos: Si en ítem 11 menciona: Actividad On line, se asociarán todas las cuentas financieras en las que se pueda incurrir el gasto: diseño, elaboración de material, gastos en medios de publicidad y difusión, etc. No será posible rendir un gasto que no este debidamente informado y asociado a una cuenta financiable.

N°	Actividad(es)	Monto Pesos (CLP)	Monto Moneda Extranjera	Financiamiento Público	Financiamiento Privado	Financiamiento Privado
1	Plan de Medios On Line	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto ejemplo dólares 1]	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto Pesos 1]	[Suma Monto Pesos 1]
Cuentas financieras	Diseño, elaboración de material promocional, impresión e imagen	[Suma Monto Pesos 1]	[Monto Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]
	Gastos en medios de Publicidad y Difusión	[Suma Monto Pesos 1]	[Monto Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]
	Otra Cuenta financiable N	[Suma Monto Pesos 1]	[Monto Dólares 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]	[Monto Pesos 1]

Nota: Se deben desplegar en el detalle de actividades y cuentas financieras de acuerdo a lo señalado en descripción de actividades del proyecto. Todas las actividades deben indicar las cuentas financieras asociadas.

Carta Gantt del Proyecto

N°	Actividad(es)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1	Plan de Medios												
	Facebook												
	Google Display y adwords												
	Portal web												
	Blog-Revista Online												
	Periódico circulación nacional												
	Periódico circulación regional												
	Revista especializada												
	Revista masiva												
	TV abierta												
	TV cable												
	Via publica												
	Otro: explicar												
2	Capacitación o Taller												
	Capacitación XXX												
	Taller XXX												
3	Ferias o Eventos												
	Feria XXX												
	Evento XXX												
4	Misiones Comerciales												
	Misión XXX												
	Misión XXX												
3	BTL												
	BTL XXXX												
	BTL XXXX												

Nota: Se deben desplegar detalle de actividades de acuerdo a lo señalado en Formulario de Presentación Técnica del Proyecto

FLUJO DE CAJA APORTE SUBSICO

N°	Actividad(es)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Concurso XXX	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
Cuentas financieras	Diseño, elaboración de material promocional	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
	Gastos en medios de Publicidad y Difusión	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
	Premios de concursos	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
	Cuenta fi	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
2	Plan de medios XXX	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
Cuentas financieras	Diseño, elaboración de material promocional	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
	Gastos en medios de Publicidad y Difusión	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
	Cuenta fi	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)	(Suma Monto Peso 1)
	TOTAL	Total Acti- Act 1- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN	Total Acti- Act 2- ActN
	Aporte Público a ejecutar por mes													
	Aporte Privado a ejecutar por mes													

Nota: Se deben desplegar detalle de actividades y cuentas financieras de acuerdo a lo señalado en descripción de actividades del proyecto.
Se debe calcular el monto de ejecución por fuente de financiamiento y por mes de acuerdo al flujo de caja para efectos de solicitud de anticipo y rendiciones parciales.

Alojamiento y Alimentación Internacionales	Corresponden a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por una acción a realizarse en el exterior de quien o quienes ejecuten las actividades de un proyecto. Se aceptará como gasto máximo a rendir lo dispuesto en la tabla de viáticos del Ministerio de Relaciones Exteriores vigente, asimilando el costo diario al grado 13 de la escala única de remuneraciones. (Ver hoja Cálculo de Viático)
--	--

Ejemplo

País	Alemania
Ciudad	Berlín
Total viático	320,42 USD
Alimentación (40%)	128,17 USD
Alojamiento (60%)	192,25 USD

País	Alemania	Ciudad	Berlín
Fecha	Inicio	Fin	
	25-09-2018	29-09-2018	
N° días	Días Pernoctados	Días sin Pernoctar (40%)	Total
	4	1	5
Viático	1281,68	128,168	1409,848 USD

Item	Descripción
Diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales asociadas al proyecto presentado.	Se refiere a gastos para la elaboración de insumos promocionales para apoyar las actividades del proyecto, tales como: diseño gráfico, catálogos, dípticos, trípticos, pendones, carpetas, logos, servicios de impresión, banners, videos (filmación, producción, post producción, edición), entre otros. En caso que el proyecto contemple piezas promocionales, éstas deberá contar con la aprobación expresa de Sernatur antes de su distribución y/o utilización y deberá estar siempre directamente asociado al proyecto.
Gastos en medios de Publicidad y Difusión	Gastos referidos a la compra de servicios publicitarios y de difusión tales como, espacios en TV y radio, insertos en periódicos y revistas, inversión en plataformas on-line, publicidad en vía pública, inversión en redes sociales, avisaje en google adwords y google display entre otros.
Premios de concursos	Gastos referidos a la compra de premios asociados a concursos que sean parte de las acciones del proyecto.
Desarrollo de landing page	Se financiará el costo del desarrollo de landing page, el cual no cubre los costos de mantención de las mismas (portales, gastos de hosting, gastos de housing y temas asociados, entre otros) asociados al proyecto.
Medios Propios	Actividades que utilizan como soporte medios propios del postulante y/o socio estratégico, tales como: newsletter, sitio web, blog, redes sociales, comunicados a clientes (on y offline), revistas y diarios de la empresa, acciones en puntos de ventas y cualquier otro soporte y/o medio que podría ser calificado de medios propios que estén directamente relacionados con la campaña de medios presentada.
Arriendo de Espacios	Estos gastos se asocian a arriendos de espacios físicos, principalmente para ferias, eventos, otros similares que requieran del financiamiento de este ítem de gasto para la ejecución de la actividad de un proyecto, siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.
Arriendo de equipos	Corresponde a gastos por concepto de arriendos de equipos computacionales, equipos audiovisuales y otros complementarios y/o equivalentes, siempre que estos arriendos no sean para participación en actividades contempladas en el calendario oficial de Sernatur.

Gastos en logística general	Corresponden a gastos por acciones de apoyo actividades de promoción, tales como: arriendo de mesas, sillas, manteles, arriendo de amplificación, equipo de proyección e iluminación, servicio de catering, distribución de invitaciones, envío de material promocional, entre otros. Se incurre en este gasto cuando el postulante incluye en sus actividades la participación en ferias internacionales o bien en eventos promocionales en territorio extranjero, siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.
Servicios de Traducción	Corresponde a los gastos por concepto de interpretación y/o traducción de textos a los idiomas de los mercados definidos en el punto 2.1 Lineamientos estratégicos- mercados a abordar.
Habilitación y montaje de salones	Se refiere a ornamentación, gráficas, implementos y utensilios (que no constituyan activo fijo), siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.
Habilitación y montaje de stands	Se refiere a los gastos por montaje y desmontaje de stand, generalmente en actividades vinculadas a ferias internacionales, que no sean parte del calendario oficial de Sernatur. Además, considera la compra de implementos y utensilios (que no constituyan activo fijo) para habilitar operativamente los stands.
Alojamiento y Alimentación Internacionales	Corresponden a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por una acción a realizarse en el exterior de quien o quienes ejecuten las actividades de un proyecto. Para el cálculo de este gasto se deberá considerar lo dispuesto en la tabla de viáticos del Ministerio de Relaciones Exteriores vigente, asimilando el costo diario al grado 13 de la escala única de remuneraciones. (Ver hoja Cálculo de Viático)
Pasajes	Pasajes aéreos, terrestres y marítimos: Corresponden a los gastos por concepto de pasajes aéreos en clase económica, terrestre y marítimos internacionales.
Seguro de asistencia	Seguro de asistencia en viaje por tramo reconocido en el proyecto.
Movilización interna	Movilización Interna: Corresponde a los gastos por concepto de traslado dentro de la ciudad donde se realiza la actividad y comprende gastos tales como: taxis, buses, colectivos, entre otros.
Comisión o fee agencia	Comisión o fee de la agencias de publicidad o medios asociados al proyecto presentado en hasta un 10% de la inversión publicitaria o plan de medios presentado.
Comisión o fee agencia	Comisión o fee de la agencias de publicidad o medios asociados al proyecto presentado en hasta un 10% de la inversión publicitaria o plan de medios presentado.
Consultoría/Asesoría/Servicios	Corresponde a gastos por concepto de contratación de consultorías, asesorías y servicios de proveedores que desarrollen acciones de marketing internacional, branding y comunicaciones; estrategias de comunicación, estrategias de intervención en medios on y off line, planes de capacitación a la fuerza de venta y toda acción que permita conectar a las empresas chilenas con sus redes de negocio en los mercados definidos. Quedan excluidas asesorías por concepto de elaboración de proyectos.
Honorarios	Corresponde a gastos por concepto de contratación de personas naturales o jurídicas ajenas al postulante y/o socio estratégico en determinadas materias y/o labores de asesoría calificada vinculadas directamente a actividades del proyecto como por ejemplo, Contratación de Capacitador experto en destino Chile, Influenciador para la presentación del Destino, Gestión del proyecto (ejecución y rendición). Se excluyen honorarios por concepto de elaboración de proyectos.
Entrada/Inscripción	Corresponde a los gastos por concepto de entradas e inscripciones a eventos y/o ferias internacionales en calidad de expositor. Se acepta un cupo máximo de dos entradas y/o inscripciones por evento y/o feria, siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de Sernatur.
Envío material	Envíos de material promocional: Corresponde a los gastos por concepto de envío de material promocional, brochure, merchandising, entre otros relacionadas a actividades del proyecto.
Garantía Anticipo	Costo de Garantías: Corresponde al costo financiero para la obtención de las garantías que debe entregar el receptor de fondos públicos por concepto de anticipo de fondos.

ANEXO N°8
NATURALEZA ABIERTA: MANUAL DE CAMPAÑA

Criterios Gráficos: Aplicaciones Gráficas Horizontal

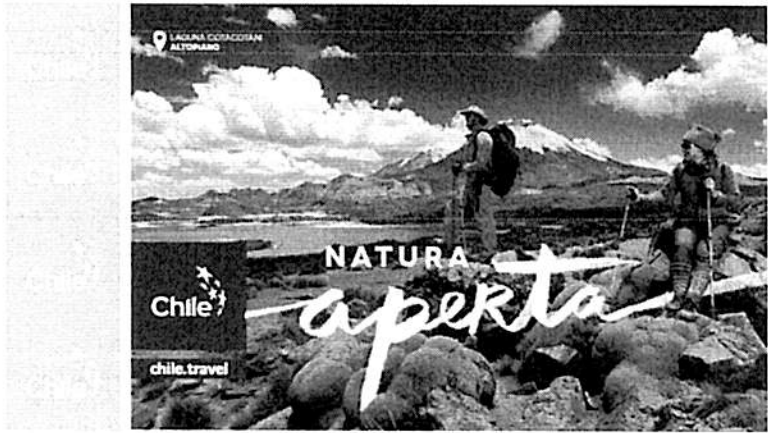
CRITERIOS GRÁFICOS /aplicaciones gráficas horizontal

En su aplicación horizontal, la composición del logo Chile + el slogan siempre se encontrará en la mitad inferior de la pieza

DIMENSIONES

La posición del logo corresponde al extremo **inferior izquierdo** de la pieza

- POSICIÓN **1/2 ALTO LOGO CHILE**
DESDE EL MARGEN INFERIOR
- ALTO PIEZA **4 ALTO LOGO CHILE**



*Especificaciones de la utilización y posicionamiento de la georeferencia se encuentran en la página 33.

Criterios Gráficos: Aplicaciones Gráficas Vertical

CRITERIOS GRÁFICOS /aplicaciones gráficas vertical

En caso de su aplicación vertical, la composición del logo Marca Chile siempre se encontrará en la mitad superior de la pieza, mientras que el slogan se encontrará en la mitad inferior, el slogan debe cruzar de borde a borde

DIMENSIONES

La posición del logo corresponde al extremo **superior izquierdo** de la pieza

- POSICIÓN **1/3 ALTO LOGO CHILE**
DESDE EL MARGEN SUPERIOR
- ANCHO PIEZA **4 ANCHO LOGO CHILE**



*Especificaciones de la utilización y posicionamiento de la georeferencia se encuentran en la página 33.

Criterios Gráficos: Co-Branding Horizontal

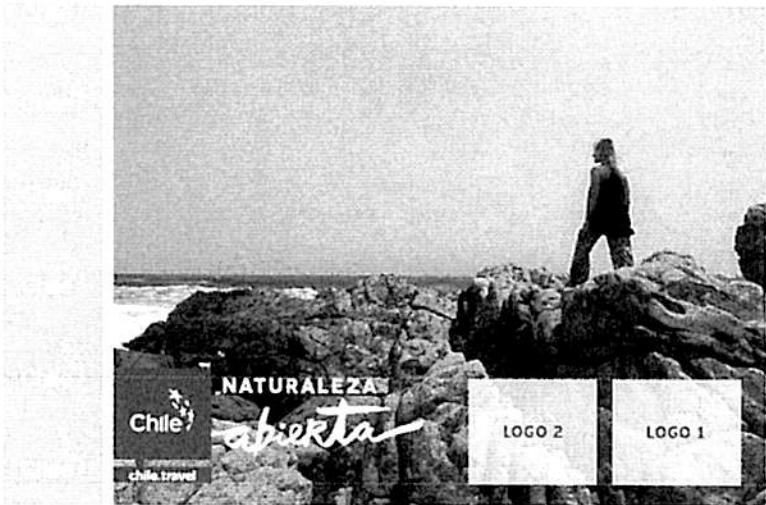
CRITERIOS GRÁFICOS /co-branding horizontal

DIMENSIONES

La variante del logo utilizado para co-branding tiene proporciones únicas pensadas para su posición en el extremo **inferior izquierdo** de la pieza.

- POSICIÓN **1/4 ALTO LOGO CHILE** DESDE EL MARGEN INFERIOR
- ALTO PIEZA **5,5 ALTO LOGO CHILE**

Los logos pertenecientes a las marcas secundarias —o de co-branding— irán alineados de derecha a izquierda en las zonas demarcadas.



Criterios Gráficos: Co-Branding Vertical

CRITERIOS GRÁFICOS /co-branding vertical

CO-BRANDING LOGO ÚNICO

En caso de co-branding en formato vertical, el slogan y marca **chile** seguirán las normas aplicadas para gráficas verticales —con la excepción de que el slogan irá en la **mitad superior** de la pieza, en lugar de la inferior. Alineado al margen inferior derecho irá el logo de la marca co-branding.

- POSICIÓN **INFERIOR DERECHA**
- ALTO PIEZA **3/4 ALTO LOGO CHILE**

CO-BRANDING LOGOS MÚLTIPLES

En caso de co-branding en formato vertical, el slogan y marca **chile** seguirán las normas aplicadas para gráficas verticales. Los logos de co-branding irán distribuidos —según sus propias especificaciones— sobre una cinta blanca adherida a la parte extrema inferior de la pieza.

- POSICIÓN **EXTREMO INFERIOR**
- ALTO PIEZA **3/4 ALTO LOGO CHILE**



Criterios Gráficos: Avisos Tácticos

CRITERIOS GRÁFICOS /avisos tácticos

En su versión vertical, el llamado de los avisos tácticos siempre se ubicará en la mitad superior de la pieza.

Está compuesto de dos textos:

- **Texto de Invitación**, escrito en Novecento Sans Wide Book
- **Chile o el lugar especificado en la fotografía**, escrito en Brushstroke.

La Marca de Chile se ubicará en la esquina inferior izquierda, en su variante para co-branding.

CO-BRANDING:

La ubicación del logo acompañante será en la **parte inferior derecha** de la pieza, alineado con el logo de Marca Chile.

GEOREFERENCIA:

La georeferencia se ubicará en la **esquina superior izquierda** de la pieza.

*En caso de no haber co-branding, la georeferencia se ubicará en la **parte inferior derecha** de la pieza, en reemplazo al logo acompañante.



CRITERIOS GRÁFICOS /avisos tácticos

En su versión horizontal, el llamado de los avisos tácticos siempre se ubicará en la mitad superior de la pieza.

Está compuesto de dos textos:

- **Texto de Invitación**, escrito en Novecento Sans Wide Book
- **Chile o el lugar especificado en la fotografía**, escrito en Brushstroke.

La Marca de Chile se ubicará en la esquina inferior izquierda, en su variante co-branding.

CO-BRANDING:

La ubicación del co-branding será en la **parte inferior derecha** de la pieza, alineado con el logo de Marca Chile.

GEOREFERENCIA:

La georeferencia se ubicará en la **esquina superior izquierda** de la pieza.

*En caso de no haber co-branding, la georeferencia se ubicará en la **parte inferior derecha** de la pieza, en reemplazo al logo acompañante.



3° LLÁMASE a Postulación de Proyectos mediante la modalidad ventanilla abierta de campaña de cofinanciamiento para la Promoción Internacional, de conformidad a lo dispuesto en las bases aprobadas en el resolutivo primero precedente y a los siguientes lineamientos:

a) Convocatoria General

Personas que pueden postular	Toda persona jurídica y natural que posea un giro ligado al rubro turístico.
Financiamiento (% financiamiento público)	65% o 80% según la línea de postulación elegida
Número máximo de proyecto que puede postular el mismo postulante	Propuesta no asociativa (Postulante presenta proyecto sin socio estratégico) - Podrá presentar más de una propuesta, siempre que impliquen mercados diferentes. - Podrá presentar una propuesta que implique multimercado. Propuesta asociativa (Postulante presenta proyecto con socio (s) estratégico(s)). - Podrá presentar más de una propuesta por mercado siempre que impliquen socios estratégicos diferentes. - Podrá presentar una propuesta que implique multimercado. Los postulantes deberán presentar proyectos asociados a una sola línea de financiamiento, es decir, un postulante no puede presentar proyectos en ambas líneas de financiamiento (Línea A o Línea B).
Número máximo de proyectos seleccionables por postulante	2 proyectos máximo por postulante, excepto que al momento de cerrar la ventanilla se cuente con presupuesto disponible.
Plataforma/formato de postulación	Formulario y propuesta desarrollada en PDF – word –Excel (formatos editables) (Ver anexos bases del Concurso)
Modalidad de transferencia de recursos públicos	Contra reembolso con posibilidad de solicitar anticipo de recursos.
Fecha y hora inicio de postulación de proyectos	22 de agosto 2018 a las 08:30 Hrs.
Fecha y hora cierre de postulación de proyectos	28 de septiembre 2018 a las 14:00 Hrs
Fecha(s) de Reunión(es) informativa(s)	30 de agosto, 6 y 12 de septiembre de 2018
Fecha y hora inicio de consultas	22 de agosto 2018 a las 08:30 Hrs.
Fecha y hora cierre de consultas	24 de septiembre 2018 a las 17:00 Hrs.

Fecha y hora inicio de respuestas a consultas	Se publicarán las respuestas a las consultas todos los días viernes de cada semana mientras dure el período de consultas.
Fecha y hora cierre de respuestas a consultas	26 de septiembre 2018 a las 14:00 Hrs.
Las bases se encuentran disponible en HYPERLINK " http://www.sernatur.cl/ " www.sernatur.cl	

b) Criterio de evaluación y su ponderación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	% Ponderación	Puntaje total máximo ponderado
Criterio N.º 1: Porcentaje de financiamiento público solicitado	20%	1.00
Criterio N.º 2: Propuesta de contenidos	35%	1.25
Criterio N.º 3: Plan de acciones	25%	1.75
Criterio N.º 4: Apreciación Global	20%	1.00
Sumatoria Total	100%	5.00

c) Mercados

Mercado	Países
Latinoamérica	Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú
Europa	Alemania, España, Inglaterra, Francia
Norteamérica y Asia Pacífico	Canadá, Estados Unidos, Australia.

d) Presupuesto por línea de postulación

Línea	Monto Público Disponible
Línea A: Corresponderá a aquellos proyectos que su financiamiento total (público y privado) sea superior a \$10.000.001 (diez millones un peso). El cofinanciamiento público de estos proyectos será hasta de un 65% del monto total, impuestos y gastos incluidos.	\$408.720.440

Línea B: Corresponderá a aquellos proyectos que su financiamiento total (público y privado) sea de hasta \$10.000.000 (diez millones de pesos). El cofinanciamiento público de estos proyectos será hasta de un 80% del monto total, impuestos y gastos incluidos.	\$72.127.136
TOTAL	\$480.847.576

4° PUBLÍQUESE la presente resolución en el sitio web www.sernatur.cl para su conocimiento y difusión.



MARÍA JOSÉ GUTIÉRREZ ARAQUE
DIRECTORA NACIONAL (S)
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

MJGA/GHF/FCV/LHC/SCD/EOM/AZA/AVE/CMG/RRP/
Distribución:

- 1. Fiscalía
- 2. Subdirección de Marketing (3)
- 3. Unidad Administración y Finanzas
- 4. Ofician de Partes

Copia Fiel del Original
lo que transcribo a Ud. Para su conocimiento



LUIS HERNÁNDEZ CONTRERAS
Ministro de Fé