

**APRUEBA BASES VENTANILLA ABIERTA
PARA POSTULACIÓN PROYECTOS
CAMPAÑAS COOPERADAS PARA LA
PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL**

RESOLUCIÓN EXENTA N° 0318 ✓

SANTIAGO, 03 JUL 2017

VISTO

Lo dispuesto en el en el Decreto Ley N° 1.224, de 1975, que Crea el Servicio Nacional de Turismo; en la Ley N° 20.423 de 2010, Del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo; en el D.F.L. N° 1/19.653, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que Fija el Texto Réfundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en la Ley N° 19.880, que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de los Órganos de la Administración del Estado; en la Ley N° 20.981, de Presupuestos del Sector Público para el año 2017; en el Decreto Supremo N° 23, de 9 de febrero de 2017, del Ministerio de Economía Fomento y Turismo, que nombra en el cargo de Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo, a doña Marcela Cabezas Keller; 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 beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

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, establecido en la Ley de Presupuestos para el año en curso, partida 07, Capítulo 09, Programa 01, Subtítulo 24, Ítem 01, Asignación 131, se realizarán asignaciones vía ventanilla abierta de los recursos destinados a la realización de acciones de promoción y difusión de Chile como destino turístico, para lo cual SERNATUR ha estimado necesario crear un procedimiento regido por las bases que a continuación se expresan, constituyéndose éstas en el marco regulador de la convocatoria que realice SERNATUR para la presentación de proyectos de Campañas Cooperadas, por lo que

RESUELVO

1° APRUÉBANSE, las siguientes Bases Generales de la ventanilla abierta para la postulación de Proyectos de Campañas Cooperadas, cuyo texto es el siguiente:

"BASES GENERALES VENTANILLA ABIERTA PARA LA POSTULACIÓN DE PROYECTOS DE CAMPAÑAS COOPERADAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL

INTRODUCCIÓN

El Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR, 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



SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo

o con organismos públicos y 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 beneficien 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 ha formulado un Plan de Acción de Marketing Turístico Internacional 2017-2018, cuyos lineamientos han sido elaborados en conjunto por SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo. Dicha inversión 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 de proyectos de Campañas Cooperadas de Promoción Turística Internacional constituyen el marco regulador para la convocatoria que realice SERNATUR para la presentación de este tipo 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.

Las modificaciones efectuadas en virtud de las presentes bases se realizarán mediante carta certificada o correo electrónico, según haya optado cada postulante en el respectivo formulario de postulación. Será por tanto obligación del postulante mantener al día dichos datos, por lo cual, de existir alguna modificación de ellos, será responsabilidad del postulante informar por escrito tales cambios a SERNATUR.

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 Objetivos generales

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 Campañas Cooperadas por mercados.

La campaña cooperada es una actividad que busca 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 gestiones tales como: Campañas en medios *on* y *off line*, capacitaciones, participación en ferias y eventos dirigidos al consumidor final, entre otros. A través de dichas campañas, realizadas por empresas del rubro turístico (como tour operadores, agencias, agencias de viaje *online*, agrupaciones locales, aerolíneas y productos) **cofinanciadas en hasta un 65% con aporte público**, se busca fomentar la llegada de extranjeros a Chile, para así beneficiar al país y fortalecer la industria turística en general. Es decir, se busca potenciar el interés de viajar a Chile y el posicionamiento del destino a partir de la suma de recursos y esfuerzos en conjunto con socios estratégicos para cada mercado.

1.3 Glosario de términos

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.

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.

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



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

Newsletter: 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.

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.

Fee: Honorarios, cuota, pago de comisión.

Google Adwords: Es el programa de publicidad en línea de Google. A través de AdWords o 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 usted ofrece.

Roadshow: Es un evento itinerante, que consiste en llevar una acción de marketing a distintos puntos de la geografía con el fin de captar clientes, transmitir un mensaje y promocionar la marca en las calles por medio del espectáculo y el entretenimiento

FAM Tour: Son viajes de familiarización enfocados a actores del turismo, "agencias de viajes"; para dar a conocer un producto o un destino en concreto, generalmente por gentileza de los propios mayoristas u oficinas de turismo, y en la gran mayoría de los casos, con la participación de oficinas receptoras, hoteleros y compañías aéreas.

Press Trip: Son viajes de familiarización enfocados a Medios de prensa y/o periodistas de viaje para que conozcan un destino, atracción o producto, con la finalidad de que el medio logre difundir lo presentado.

Inspección Turismo Reuniones: Una visita de inspección, es la revisión in situ de los potenciales lugares donde se realizaría el evento, llámense centros de convenciones, hoteles y alrededores, con el fin de comprobar que cumple con las especificaciones necesarias para la realización del evento.

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.

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

Print page: Impresión de pantalla

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.

2. PROYECTOS CAMPAÑAS COOPERADAS

Los proyectos de Campañas Cooperadas deberán presentarse a la ventanilla abierta entregando una propuesta que cumpla con los requisitos de las presentes bases, en los plazos establecidos en la oficina de partes de SERNATUR, ubicada en Av. Providencia

1550, comuna de Providencia, Santiago de Chile.

2.1 Lineamientos de Campañas Cooperadas en los mercados internacionales

De acuerdo a las recomendaciones realizadas en el Plan de Marketing Turístico Internacional 2016-2018, las campañas en los diversos mercados internacionales deberán considerar los lineamientos base ahí mencionados, que servirán para orientar cada una de las propuestas y la consiguiente ejecución de las que resulten seleccionadas. Para mayor información sobre 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/nacional/>

3. PARTICIPANTES

3.1 Postulantes

Podrán postular a esta convocatoria, 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.

Las entidades que entreguen su propuesta para la presente ventanilla abierta se denominarán en adelante "**el postulante**" y será, en caso de resultar seleccionado, el "**receptor de fondos públicos.**"

Ejemplos de entidades postulantes:

- Aerolíneas
- Tour operadores receptivos
- Producto: hoteles, tours, cruceros
- Destinos y asociaciones (Cámaras de Turismo, Corporaciones de Turismo Regional, entre otros)

a. Socios estratégicos

Sin perjuicio de lo dicho en el párrafo anterior, empresas internacionales podrán asociarse a entidades con domicilio en Chile para postular de manera conjunta a la presente ventanilla abierta¹. Dichas empresas se denominarán en adelante "**socios estratégicos**".

Ejemplos de socios estratégicos:

- Tour operadores emisivos en mercados internacionales
- Agencias de viajes en mercados internacionales
- Otros

b. Entidades Cooperantes

Se considerarán como "**entidades cooperantes**" tanto la persona jurídica con domicilio en Chile que sea postulante a la presente ventanilla abierta, como en caso que lo hubiere, su(s) socio(s) estratégico(s) incluido(s) en la propuesta.

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.



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

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 duración de las campañas deberá quedar estipulada en la propuesta realizada por cada uno de los postulantes y no podrá ser superior a 12 meses consecutivos incluyendo en dicho período el proceso de rendición.

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 tres meses. La solicitud deberá ser presentada por escrito, antes del vencimiento del plazo y con la oportunidad necesaria para su resolución por parte de SERNATUR, teniendo para ello a la vista lo previsto en el Numeral 6.2.3 de las Bases Técnicas: Modificaciones a las Campañas.

El receptor de fondos públicos sólo podrá realizar gastos asociados a la ejecución del proyecto desde la fecha en que el acto administrativo que apruebe el convenio suscrito con SERNATUR se encuentre totalmente tramitado.

5. FINANCIAMIENTO Y ENTREGA DE RECURSOS PÚBLICOS

5.1 Financiamiento

Los proyectos que se presenten serán cofinanciados entre sector público y privado. Mediante la presente ventanilla abierta, **SERNATUR financiará hasta un 65 % del total de la campaña propuesta, cuyo tope será informado en la respectiva convocatoria.**

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.

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.

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 Financiados

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 material promocional asociado a la campaña presentada. Se refiere a gastos para la elaboración de insumos promocionales para apoyar las actividades del proyecto, tales como: catálogos, dípticos, trípticos, pendones, carpetas, logos, servicios de impresión, entre otros. En caso que el proyecto contemple material promocional, éste deberá contar con la aprobación expresa de Sernatur antes de su distribución y/o utilización y deberá estar siempre directamente asociado a la campaña.
- 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, entre otros.
- Premios de concursos: Gastos referidos a la compra de premios asociados a concursos que sean parte de la propuesta de campaña.
- Desarrollos de *landing page*: Se financiará el costo del desarrollo de *landing pages*, el cual no cubre los costos de mantención de las mismas (portales, los honorarios por diseño, gastos de *hosting*, gastos de *housing* y temas asociados, entre otros) asociados a la campaña.
- Actividades que utilizan como soporte medios propios de las empresas cooperantes, 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 presentada.**
- Arriendo de Espacios: Estos gastos se asocian a arriendos de espacios físicos, principalmente para eventos feriales y 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 y estén dirigidas a público final.
- Arriendo de equipos: Corresponde a imputaciones 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, 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.
- 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 y sean dirigidas a público final. Además, considera la compra de implementos y utensilios (que no constituyan activo fijo) para habilitar operativamente los stands.

- Gastos de alojamiento y alimentación internacionales²: Corresponden a los gastos de alojamiento y alimentación en que se incurra por un cometido 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.
- Alojamiento y alimentación³: Gastos incurridos por concepto de estadía en territorio nacional para el desarrollo de las actividades de un proyecto. Para el cálculo de este gasto se deberá considerar lo dispuesto en la tabla de viáticos de SERNATUR asimilando el costo diario al grado 13° de la Escala Única de Remuneraciones (disponible en www.sernatur.cl). El receptor de fondos públicos, en casos que sean debidamente fundados, podrá solicitar a SERNATUR que se autorice un gasto mayor, pudiendo éste autorizar o rechazar la solicitud, para lo cual tendrá en consideración el tipo de actividad a ejecutar y quien participe en la misma, entre otros factores.
- Pasajes aéreos, terrestres y marítimos⁴: Corresponden a los gastos por concepto de pasajes aéreos en clase económica, terrestre y marítimos nacionales e internacionales. No obstante lo anterior, el receptor de fondos públicos podrá, en ciertos casos que sean debidamente fundados (considerando el tipo de actividad a ejecutar y el pasajero que utilizará el ticket aéreo, entre otros factores), adquirir pasajes aéreos en clase ejecutiva.
- Seguro de asistencia en viaje por tramo reconocido en el proyecto.⁵

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:

- Comisión o *fee* de las agencias de publicidad
- Costos de elaboración y presentación de la propuesta
- Incentivos a agentes de viaje
- Avisaje en buscadores como Google AdWords Search⁶
- Bienes y/o servicios que formen parte de los productos ofrecidos por las empresas cooperantes, así como acciones promocionales en medios propios, **que no digan relación con la campaña presentada.** 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.
- Adquisición de terrenos o bienes muebles
- Compra de activos fijos
- Compra de vehículos
- Compra de celulares/tarjetas de prepago para llamadas nacionales o internacionales

² Estos gastos sólo pueden financiarse con aporte privado.

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 Sí se admitirán campañas de Google Display.

- Combustible
- Arriendo de estacionamiento
- Servicios de hotel (lavandería -wifi - bar- frigobar, entre otros que no correspondan a actividades comprometidas en el proyecto)
- Regalos a autoridades o empresarios (nacionales e internacionales)
- Gastos de carácter financiero y servicios de cobranza.
- Intereses y comisiones bancarias
- 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 de cualquier tipo
- 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 a permanencia)
- Contratación de asesorías 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 entidades 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, www.registros19862.cl. En consecuencia sólo se dará curso a las transferencias una vez que se cumplan tales obligaciones, además de las previstas en el respectivo convenio.

Los recursos públicos asociados a la presente ventanilla abierta podrán ser entregados bajo la modalidad de anticipo, reembolso o modalidad mixta de acuerdo a lo que se establezca en el convenio respectivo, de conformidad con lo especificado en el numeral 6° de las Bases Administrativas.

6. POSTULACIÓN DE CAMPAÑAS Y EVALUACIÓN

6.1. Metodología de la ventanilla abierta

Las entidades que cumplan con los requisitos establecidos en el numeral 3.1. de estas bases y que tengan interés en postular a la presente ventanilla abierta, deberán completar los Anexos N° 5, 6 y 8.



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

Asimismo, los postulantes deberán adjuntar un documento en formato PDF donde se desarrolle de manera extensa y detallada la propuesta contenida en el anexo N°8, incluyendo propuestas gráficas para la campaña.

La comisión evaluadora de SERNATUR revisará cada una de las propuestas y asignará puntajes de acuerdo a los criterios de evaluación especificados en la presente ventanilla abierta. **Se declararán inadmisibles las propuestas que obtengan menos de 3,5 puntos totales ponderados como nota final, no pudiendo en consecuencia adjudicarse fondos públicos.**

En caso de que no haya presupuesto disponible para cubrir el monto requerido por la última propuesta presentada y aprobada, se contactará al postulante en cuestión para ofrecerle adaptar su propuesta al presupuesto remanente.

6.2. Condiciones de la propuesta y ejecución

6.2.1. Propuestas por postulante

Cada postulante podrá presentar más de una propuesta, bajo la condición que cada propuesta esté relacionada a un socio estratégico diferente.

6.2.2. Condiciones de ejecución

Las gráficas, *landing pages*, videos y todo material que se desarrolle en el marco de la presente ventanilla abierta, deberán cumplir con el manual de marca del Destino Chile⁷ y la Guía Comunicacional de la Marca Chile⁸ y deberán ser aprobadas por SERNATUR previo a ejecución⁹.

En cada campaña 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.

La publicidad en medios *online* comprometida en el marco de los proyectos presentados deberá implementar los códigos y/o mecanismos de seguimiento y verificación de impresiones y/o *clicks* en caso que SERNATUR lo solicite.

6.2.3. Modificaciones a las campañas

Los proyectos adjudicados podrán ser modificados en aspectos no sustanciales, entendiéndose 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 deberá ser solicitada por escrito a SERNATUR para su evaluación y posterior aprobación o rechazo, el que deberá asimismo otorgarse por escrito.

⁷ Descargar Manual de Marca Destino Chile: <http://bit.ly/2ru9B7g>

⁸ Descargar Guía Comunicacional de la Marca Chile: <http://bit.ly/2qYGZV1>

⁹ SERNATUR 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.

SECCIÓN 2: BASES ADMINISTRATIVAS

1. CONVOCATORIA A LA VENTANILLA ABIERTA

SERNATUR realizará al menos una convocatoria cada año calendario, invitando a todos los interesados en participar a presentar proyectos de Campañas Cooperadas. Dichas convocatorias o llamados serán publicados en el sitio web www.sernatur.cl y en un diario o periódico de circulación nacional.

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

- Personas que pueden postular
- Cantidad máxima de proyectos que podrá presentar cada postulante
- Financiamiento y presupuesto máximo disponible por año (conforme a lo señalado en el Numeral 5.1 de las Bases Técnicas)
- Fechas y plazos de ejecución
- Forma de postulación
- Ponderaciones de los criterios de evaluación y su puntaje definidos en numeral 4.2.1 de las Bases Administrativas
- Fechas, plazos y horas del proceso.

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 el respectivo aviso de convocatoria.

b. Lugar y Fecha

Los proyectos se presentarán a través de 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°1.

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 y anexos obligatorios y complementarios)
- Fotocopia por ambos lados del RUT del postulante (persona jurídica), y de la Cédula de Identidad de su representante legal.
- Balance tributario de 8 columnas y estado de resultados del último ejercicio tributario.
- Declaración de renta correspondiente al último ejercicio tributario. En el evento de no tener ejercicio tributario anterior se deberá acompañar iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) u otro documento emitido por dicho Servicio, que acredite tal hecho.

Los proyectos deberán ser presentados en soporte de 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.

La no presentación en alguno de estos medios, será causal para considerar el proyecto como no presentado.

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.
- Se hayan ajustado al monto máximo de financiamiento público

3. ACTA DE PROYECTOS PRESENTADOS

Dentro de los siguientes 5 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 aprobados, 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 20 días hábiles contados desde la fecha de postulación.

El proceso de evaluación de los proyectos de Campañas Cooperadas de Promoción Turística Internacional se llevará a cabo por personal 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

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

<p>Criterio N.º 1: Porcentaje de financiamiento público solicitado: poner rango 0 puntos: 65% 1.0 puntos: entre 55% y 64% 3.0 puntos: Entre 31% y 54% 5.0 puntos: Entre 0 y 30%</p> <p>Las propuestas que presenten un financiamiento público de más de un 65% serán declaradas inadmisibles y no serán evaluadas.</p>	0 a 5.0	20%
<p>Criterio N.º 2: Propuesta de contenidos</p> <p>Se evaluará la idea y su propuesta de desarrollo según los siguientes Subcriterios:</p> <p><u>Notoriedad - originalidad de la propuesta:</u> Se valorará la originalidad de la campaña, asignando notas de 1 a 5 según tabla expresada en Numeral 4.2.1 Bases Administrativas</p> <p>Se entenderá por notoriedad: Cuando el destino Chile sea de fácil percepción en el marco de la campaña.</p> <p>Se entenderá por originalidad: Las acciones/soportes entre otros que sean novedosos, particulares e innovadores.</p> <p><u>Coherencia de la propuesta:</u> 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 Internacional¹⁰, asignando notas de 0 a 5 según tabla expresada en Numeral 4.2.1 Bases Administrativas.</p> <p><u>Creatividades:</u> Se evaluará la prolijidad de las piezas gráficas propuestas para la campaña, asignando notas de 0 a 5 según tabla expresada en Numeral 4.2.1 Bases Administrativas</p> <p>Se entenderá por prolijidad el cuidado en los detalles de las piezas gráficas de la campaña.</p> <p>Se sumarán las notas obtenidas para cada uno de los Subcriterios, y dicho puntaje se dividirá por 4 para obtener la nota final de este criterio.</p>	0 a 5.0	35%

¹⁰ Descargar Plan de Marketing de la Promoción Turística Internacional: <http://bit.ly/2r5I2h0>

<p>Criterio N.º3: Promoción de destinos chilenos emergentes</p> <p>Se valorarán las propuestas que incorporen de manera significativa la promoción de destinos emergentes enumerados en el anexo N°7 de estas bases.</p> <p>Nota 0: No presenta destinos emergentes en la propuesta</p> <p>Nota 1: Del total de los destinos promocionados, entre 1% y 10% corresponde a destinos emergentes.</p> <p>Nota 3: Del total de los destinos promocionados, entre 11% y 29 % corresponde a destinos emergentes.</p> <p>Nota 5: Del total de los destinos promocionados, un 30% o más corresponde a destinos emergentes.</p>	0 a 5.0	10%
<p>Criterio N.º 4: Plan de acciones</p> <p>Se evaluará el plan de acciones de acuerdo a lo siguiente:</p> <p><u>Coherencia propuesta con plan de acciones</u></p> <p>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</p> <p>Se entenderá por coherencia: La debida relación y correspondencia entre las distintas actividades que componen el plan de acción.</p>	0 a 5.0	25%
<p>Criterio N.º 5: Apreciación Global</p> <p>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.</p>	0 a 5.0	10%

4.2.1 Tabla de notas:

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: poner rango	0 a 5.0	20%	1.00
Criterio N.º 2: Propuesta de contenidos	0 a 5.0	35%	1.25
Criterio N.º 3: Promoción de destinos chilenos emergentes	0 a 5.0	10%	0.5
Criterio N.º 4: Plan de acciones	0 a 5.0	25%	1.75
Criterio N.º 5: Apreciación Global	0 a 5.0	10%	0.50
Sumatoria Total		100%	5.0

4.2.2 Evaluadores

La evaluación de los antecedentes, se efectuará por una Comisión Evaluadora, en lo sucesivo la "Comisión", integrada por: Subdirector de Marketing; Responsable de Canal de Comercialización y Prensa; Subdirector Administrativo; Coordinador de Mercado y Responsable de Branding Internacional, o por quienes estos designen, los subroguen o reemplacen.

4.3 Selección de Proyectos

Concluida la evaluación de los proyectos, la Comisión Evaluadora elaborará un informe, el cual será suscrito por todos los integrantes de la Comisión, y contendrá la individualización del proyecto evaluado, el resultado del examen de admisibilidad, los criterios de evaluación utilizados, las notas y ponderaciones obtenidas.

Para que un proyecto sea susceptible de ser adjudicado deberá ponderar un puntaje mínimo de 3.5 puntos totales.

4.4. Adjudicación de un proyecto

Una vez adjudicado un proyecto, y notificado el postulante, deberá suscribirse un convenio, el cual podrá ser firmado 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.

4.5 Adjudicación condicional de un proyecto

El proyecto adjudicado condicionalmente es aquel cuya ejecución está sujeta a que el receptor de fondos públicos (Postulante) acepte e incorpore todas las consideraciones definidas por SERNATUR en el proceso de evaluación mismo, y que hayan sido notificadas al receptor de fondos públicos antes de la adjudicación.

Cuando un proyecto sea adjudicado condicionalmente, el respectivo convenio podrá ser suscrito una vez que se cumplan las siguientes condiciones:

- Que SERNATUR haya notificado al receptor de fondos públicos (Postulante) las consideraciones que éste debe aceptar e incorporar al proyecto, dentro del plazo que en dicha notificación se señale.
- Que el receptor de fondos Públicos (Postulante) haya aceptado por escrito las consideraciones, remitiendo la aceptación al correo concursos@chile.travel, y el proyecto haya sido reformulado y presentado en oficina de Partes de SERNATUR dentro del plazo indicado al efecto.
- Que SERNATUR haya aprobado los antecedentes a que se refiere el numeral 5 Siguiente.

Si un proyecto ha sido adjudicado por haberse cumplido las condiciones antes señaladas, y por un acto posterior, el receptor de fondos públicos (Postulante) renuncia a su ejecución, el Servicio dejará sin efecto la adjudicación del proyecto y liberará los fondos comprometidos, notificando del hecho al receptor de los fondos públicos.

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 cofinanciamiento público a proyectos adjudicables que cumplan con el puntaje mínimo requerido, en la medida que exista disponibilidad presupuestaria asociada a la convocatoria pertinente.

5. SUSCRIPCIÓN DE CONVENIO

Para 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 presumirá que el receptor de fondos públicos (Postulante) ha renunciado a la ejecución del respectivo proyecto, liberando los fondos públicos asignados al mismo.

5.1 Antecedentes generales a acompañar por todas las entidades adjudicatarias

- 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°1)
- 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°2).
- 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°3).
- e) 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 conocer a cabalidad las condiciones y calidad de beneficiario en el proyecto postulado. (Anexo N°4)
- f) Garantía de fiel cumplimiento del Proyecto por un 5% del valor total del proyecto.
- g) En caso de solicitar entrega de recursos mediante modalidad mixta (anticipo y reembolso) deberá adjuntar el documento de garantía por el 100% del anticipo público solicitado de acuerdo a lo señalado en el punto: 8.2 Garantías por Convenios Modalidad de Anticipo de Fondos Públicos.
- h) Certificado de Inscripción en el registro de receptores de fondos públicos que lleva SERNATUR.
- i) Constancia de inscripción en la página web del Ministerio de Hacienda.
- j) Constancia de inscripción en el Registro Nacional de Prestadores Turísticos de SERNATUR.

5.2 Antecedentes especiales por tipo de adjudicataria

5.2.1 Entidad Adjudicataria Sociedades

- a) Copia simple de la escritura de constitución de la sociedad.
- b) 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.
- c) 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.
- d) 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.
- e) 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.)

5.2.2 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.

5.2.3 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 receptor de fondos públicos 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 enviarlo al receptor de fondos públicos 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.

6. TIPOS DE CONVENIO (ANTICIPO O REEMBOLSO)

La modalidad de entrega de recursos públicos, define el tipo de convenio que regulará los derechos y obligaciones que genera la adjudicación y posterior ejecución de un proyecto. Dichos convenios serán convenios tipo anticipo y convenios tipo reembolso o convenio mixto (Anticipo y reembolso).

Previo a la transferencia de recursos en modalidad de anticipo, 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.

Anticipo:

El anticipo deberá ser solicitado por el receptor de fondos públicos a SERNATUR a través de carta formal, la cual deberá indicar las razones de la solicitud y el monto del anticipo solicitado. SERNATUR podrá aprobar o no, todo o parte del anticipo solicitado, previa evaluación de la oportunidad y pertinencia de otorgarlo.

De ser aprobado el anticipo por SERNATUR, 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.

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.

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 y dictará el acto administrativo que ponga término al convenio.

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.

En los casos convenidos en modalidad de anticipo, el receptor de fondos públicos 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.

En los casos con convenios con modalidad de reembolso, 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 hecho o acto imputable al receptor de fondos públicos

SERNATUR, podrá poner término anticipado al convenio en caso 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.

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 los casos de convenios con modalidad de 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 los casos de convenios con modalidad de reembolso, el receptor de fondos públicos 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 del proyecto

La garantía de fiel cumplimiento del proyecto corresponderá al 5% del monto público adjudicado y podrá consistir en una boleta bancaria o una póliza de seguro de ejecución inmediata y pagadera a la vista.

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

La garantía que se entregue deberá ser pagadera a la vista y tener el carácter de irrevocable, tomada a favor del Servicio Nacional de Turismo, RUT N° 60.704.000-1. La garantía deberá indicar la siguiente glosa: "Para garantizar el anticipo de recursos públicos y las obligaciones contraídas con SERNATUR, en el marco de la ejecución del proyecto N° XXXX 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 hasta los 100 días corridos posteriores al término de la vigencia del respectivo convenio.

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.



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

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 Garantías por Convenios Modalidad de Anticipo de Fondos Públicos

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

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 boleta bancaria de carácter irrevocable y pagadera a la vista o una póliza de seguro de ejecución inmediata y pagadera a la vista, tomada en una institución habilitada, a nombre del "Servicio Nacional de Turismo", R.U.T. N° 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 de XXXXX (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 contrato, siendo responsabilidad del receptor de fondos públicos mantener permanentemente vigente esta garantía en caso que se prorrogue el plazo de vigencia del contrato.

Si no se renovare o mantuviere permanentemente vigente esta garantía por el plazo indicado, SERNATUR quedará facultado para poner término anticipado al contrato y en tal caso hará efectiva la garantía de anticipo que caucionare 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 contrato que haya sido otorgada.

La garantía de anticipo deberá ser entregada físicamente, o bien enviada por correo certificado y recibido en las oficinas de SERNATUR, Avenida Providencia N° 1550, Providencia, Región Metropolitana, antes de la dictación de la resolución que concede la entrega del anticipo y en todo caso antes de la transferencia del mismo.

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

Servicio Nacional de Turismo

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.

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 contrato respectivo.

8.3 Multas

SERNATUR aplicará al receptor de fondos públicos una multa del 2% del monto de financiamiento público comprometido para la ejecución del proyecto, cada vez que 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.

SERNATUR notificará por carta certificada enviada al domicilio del receptor de fondos públicos, 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.

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. INFORMES TÉCNICOS Y RENDICIÓN DE GASTOS

9.1 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:

Informe de acciones realizadas

Este informe deberá ser presentado a más tardar dentro de los 7 días hábiles posteriores a la fecha de término de la campaña y deberá contemplar la siguiente información:

1. Plan de acciones efectivamente ejecutado. Los cambios mayores estarán sujetos

- a aprobación de SERNATUR.
2. Piezas gráficas utilizadas en la campaña y registro audiovisual de las actividades.
 3. Bases de dato y convocatorias asociadas a las actividades ejecutadas en el marco del plan de acción. (formato digital editable).
 4. Facturas de costo. Podrán presentarse facturas a nombre del postulante y /o socio estratégico siempre que este último haya firmado la carta de compromiso señalada en anexo N°8.

Informe preliminar de resultados

Este informe deberá ser presentado a más tardar dentro de los 20 días hábiles siguientes a la finalización de la campaña y deberá contemplar, además de las informaciones contenidas en el informe de acciones realizadas, la siguiente información:

1. Medios de verificación ejecución plan de acciones. Los medios online deben estar certificados por empresas certificadoras especialistas para lo cual al inicio de la campaña el postulante deberá hacer entrega de los códigos correspondientes que serán entregados a la empresa certificadora contratada para esos efectos.
2. Copia de las creatividades empleadas.
5. *Landings*: Deberán entregarse impresiones de todas las *landings* que se utilizaron en la campaña.
6. Informe preliminar de resultados de acuerdo a indicadores y metas comprometidas. (KPI)

Informe final de resultados

Este informe deberá ser presentado a más tardar dentro de 60 días hábiles luego de finalizada la campaña 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)

9.2 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.

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 la entrega de recursos públicos sea bajo modalidad anticipo, en el plazo que establezca



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

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.

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.

9.3 Modificación de plazos para la entrega de Informes

Excepcionalmente- y sólo hasta en una oportunidad 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, con la antelación necesaria para su conocimiento y resolución.

10. 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.

2° APRUÉBANSE, los formatos de: a) 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; b) 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; c) declaración jurada que declara que el receptor de fondos públicos está al día en el pago



SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo

de deudas de carácter previsional de sus trabajadores, o que no tiene trabajadores por los cuales tenga que pagarlas; d) declaración jurada de beneficiario; e) Declaración jurada del Socio Estratégico (para el caso que lo haya); e) Formulario de Postulación; f) formulario de presentación y rendición de cuenta de gastos, Clasificación de destinos; g) carta de compromiso de aportes; correspondientes a los anexos N°1, N°2, N°3, N°4, N°5 y N°6, N°7 y N° 8 respectivamente, de las bases de la ventanilla abierta para la postulación de proyectos de Campañas Cooperadas de Promoción Turística Internacional, cuyos textos son los siguientes:



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

ANEXO N°1

DECLARACIÓN JURADA SOBRE FINANCIAMIENTO PRIVADO DEL PROYECTO

DECLARACION JURADA RECEPCION DE FONDOS PUBLICOS PERSONA JURIDICA

(Nombre del receptor de fondos públicos), Rol Único Tributario N°, 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



SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo

ANEXO N°2

DECLARACIÓN JURADA SEGURO DE CESANTÍA

DECLARACION JURADA RECEPCIÓN DE FONDOS PUBLICOS PERSONA JURIDICA

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

(incluir tabla)

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos



SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo

ANEXO N°3

DECLARACIÓN JURADA PAGO DEUDAS DE CARÁCTER PREVISIONAL

DECLARACIÓN JURADA RECEPCIÓN DE FONDOS PUBLICOS PERSONA JURIDICA

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

(incluir tabla)

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

ANEXO N°4

DECLARACIÓN JURADA BENEFICIARIO

DECLARACION JURADA RECEPCIÓN DE FONDOS PUBLICOS PERSONA JURIDICA

(Nombre del receptor de fondos públicos), Rol Único Tributario N°, representado por (Nombre representante legal), (Nacionalidad), (profesión u oficio), cédula de identidad N°, xxxx, domiciliado en XXXXXX, comuna XXXX, Región XXXX, declaro estar plenamente comprometido y conocer la calidad de beneficiario en el proyecto denominado (nombre del proyecto), postulado por (nombre de postulante)

Fecha: __/__/20XX

Receptor de fondos públicos



SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

ANEXO N°5

FORMULARIO PRESENTACION PROYECTO
(Ver excel adjunto)

ANEXO N°6

FORMULARIO PRESENTACIÓN Y RENDICIÓN CUENTA DE GASTOS
(Ver excel adjunto)

ANEXO N°7

CLASIFICACIÓN DE DESTINOS INCLUIDOS EN EL PLAN
(Ver excel adjunto)



SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo

ANEXO N°8

CARTA DE COMPROMISO DE APORTES

Fecha

SRES. SERVICIO NACIONAL DE TURISMO - SERNATUR

PRIMERO:

En mi calidad de representante de (empresa, asociación gremial u otra) RUT/Número de identificación legal de la empresa, vengo en hacer presente el interés de mi representada para participar, en calidad de **socio estratégico**, en el proyecto denominado "Nombre del proyecto", presentado por la entidad a la ventanilla abierta "**PROYECTOS CAMPAÑAS COOPERADAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL - 2017**"

Asimismo, a través de la presente, 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: \$

Descripción de los principales ítems de gasto:

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

Monto total aporte valorado: \$

Descripción de los principales ítems de gasto:

Los aportes comprometidos se harán efectivos en conformidad a lo anterior, lo que será consignado en el proyecto.

SEGUNDO:

Los aportes comprometidos en la cláusula anterior, serán entregados durante el período: que comprende la ejecución total del proyecto.



SERNATUR

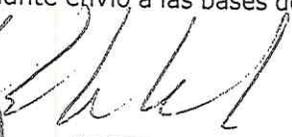
Servicio Nacional de Turismo

FIRMA

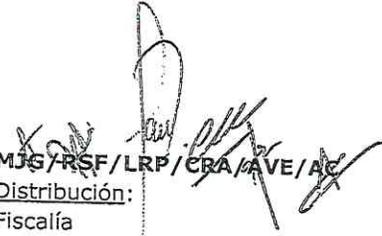
Representante Legal entidad aportante
N° Identificación Representante Legal - Cargo
Nombre socio estratégico
Dirección, Ciudad/País

3° **DÉJASE ESTABLECIDO** que las bases generales de la ventanilla abierta para la postulación de Proyectos de Campañas Cooperadas de Promoción Turística Internacional, regirán las futuras convocatorias que realice este Servicio, para la postulación de proyectos de dicha naturaleza.

4° **PUBLÍQUESE** la presente resolución aprobatoria de bases para presentar proyectos de Campañas Cooperadas de Promoción Turística Internacional en el sitio web www.sernatur.cl, y en un diario o periódico de circulación nacional, las que podrán además ser comunicadas mediante envío a las bases de datos propias del Servicio.



MARCELA CABEZAS KELLER
DIRECTORA NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO


MJS/RSF/LRP/CBA/AVE/AC
Distribución:
Fiscalía
Dirección Nacional
Subdirección de Marketing
Subdirección Administrativa
Oficina de Partes

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

MARIO CASTILLO FAÚNDEZ
Ministro de Fés

