

Resolución Exenta N°406

Dirección Nacional

APRUEBA CONVOCATORIA Y BASES DE "CONCURSO PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO 2022, SÉPTIMA VERSIÓN", DEL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO.

VISTO:

Lo dispuesto en el Decreto Ley N° 1224, 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 la Ley N° 21.395, de Presupuestos del Sector Público para el año 2022; en el D.F.L. N° 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° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios; en el Decreto Supremo N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 19.886; 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° 19.799, de 2002, Sobre Documentos, Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de dicha Firma; en el Decreto N° 181, de 2002, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 19.799; en el Decreto Exento N° 624, de 2017 que aprobó Convenio de Firma Electrónica Avanzada para Autoridades y Funcionarios suscrito entre el Ministerio Secretaría General de la Presidencia y el Ministerio de Economía Fomento y Turismo; en el Decreto N.º 59, de 30 de marzo de 2022, del Ministerio de Economía Fomento y Turismo, que Fija el Orden de Subrogación del Director Nacional del Servicio Nacional de Turismo y la Resolución Exenta RA 266/390/2021, de 30 de diciembre de 2021, que renueva nombramiento en calidad de titular como Subdirectora de Desarrollo del Servicio Nacional de Turismo a doña Beatriz Andrea Román Alzérreca; y en las Resoluciones N° 7 de 2019 y N° 16 de 2020, ambas de la Contraloría General de la República, que "Fija Normas Sobre Exención del Trámite de Toma de Razón" y que "Determina los Montos en UTM a partir de los cuales los Actos que se individualizan quedarán sujetos a Toma de Razón y a Controles de Reemplazo cuando corresponda", respectivamente, y

CONSIDERANDO:

1. Que, el Decreto Ley N° 1224 de 1975, que Crea el Servicio Nacional de Turismo, en sus artículos 1°, 2° y 3°, señala que éste es una persona jurídica de Derecho Público, funcionalmente descentralizada, cuyo objeto es investigar, planificar, fomentar, promover y coordinar la actividad turística, ejerciendo para ello las funciones que se determinen en este decreto ley y en las normas que lo complementen, que cuenta con una Dirección

Nacional, con Direcciones Regionales en cada región del país y Oficinas Locales. Por lo anterior 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 cumplimiento de su misión institucional, Sernatur se ha propuesto el desafío de la diversificación y especialización de la oferta país de productos y destinos turísticos, con miras a capturar mercados de alto valor, a través de la generación de productos turísticos experienciales y de intereses especiales y el desarrollo sustentable de los destinos turísticos de Chile.

3. Que, conforme a lo anterior, por séptimo año consecutivo, Sernatur ejecutará el **"CONCURSO PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO 2022"**, el cual tiene como objetivo principal otorgar una distinción a iniciativas que representen esfuerzos de privados y que se destaquen por aportar a la diversificación de experiencias turísticas con atributos de innovación y sustentabilidad.

4. Que, con el objeto de promocionar y difundir de mejor manera el concurso antes señalado, SERNATUR ha determinado convocar y llamar al concurso público denominado **"CONCURSO PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO 2022"** con énfasis en turismo accesible, para lo cual se distinguirán "aquellos productos turísticos que aporten a la diversificación de experiencias con la incorporación de innovaciones destacadas, con prácticas de sustentabilidad y que destaquen por contar con una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal", por lo que

RESUELVO:

1° APRUÉBASE las Bases **DE LA CONVOCATORIA Y LLAMA AL "CONCURSO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO AÑO 2022"**, cuyo texto es el siguiente:

BASES CONVOCATORIA Y LLAMADO

"CONCURSO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO 2022, SÉPTIMA VERSIÓN"

I. INTRODUCCIÓN.

La pandemia del COVID-19 ha puesto en jaque al mundo y ha generado nuevos desafíos para el turismo con una serie de cambios y replanteamientos, en medio de un escenario lleno de restricciones, incertidumbres y modificaciones en el comportamiento de las personas. Sin embargo, también ha

acelerado cambios que ya se estaban generando, entre ellos, la necesidad de innovar en los productos y servicios turísticos, la flexibilización de las condiciones de la oferta turística, la digitalización como una obligación y no una opción, y el fortalecimiento de la asociatividad en el desarrollo de la actividad.

Ahora bien, más allá de lo que el COVID ha desencadenado en el escenario actual, históricamente una de las brechas críticas del turismo en Chile es la existencia de una oferta plana y con productos turísticos poco innovadores. Esta brecha no solo es transversal a los diversos tipos de turismo, sino también a todas las regiones del país. En otras palabras, nuestra oferta turística aún es homogénea y los esfuerzos de diversificación y creación de nuevos productos han sido y son aún, muy incipientes.

Para que Chile logre posicionarse como un destino turístico de excelencia y logre atraer a los viajeros del mundo, los productos turísticos requieren diversificarse y especializarse en respuesta a las nuevas necesidades de los turistas. Esto, porque sus expectativas son cada vez más altas y sofisticadas: los turistas hoy buscan vivir experiencias seguras, pero también únicas, significativas y auténticas. Esto, más aún en estos tiempos, cuando las posibilidades de viaje han sido reducidas al mínimo y una “escapada” se convierte en muchos casos en un lujo y en un recurso para incrementar la salud mental en medio del confinamiento mundial.

Por otra parte, la capacidad de informarse cobra también un rol clave: es vital para lograr instalar conceptos en las empresas que permitan una constante actualización de su oferta de cara a las tendencias de los viajes, a las restricciones mundiales y a la obtención de datos verídicos de lo que está sucediendo, no solo para llevar el pulso de los acontecimientos, sino también para poder adelantarse a los cambios y adaptarse a ellos con mayor agilidad. Todo ello, generará una ventaja comparativa respecto de otros mercados y podrá ser un acelerador en la actividad turística, incrementando la competitividad de Chile en materia turística.

Considerando el escenario anteriormente descrito, la innovación juega un rol fundamental “para anticipar, abordar y superar los nuevos desafíos y tendencias del sector turístico”. De acuerdo a lo indicado por la Organización Mundial del Turismo, en adelante OMT, en su pilar de Innovación, Inversiones y Transformación Digital “Aprovechar la innovación y los avances digitales brinda al turismo oportunidades para mejorar la inclusión, el empoderamiento de la comunidad local y la gestión eficiente de los recursos, entre otros objetivos dentro de la agenda más amplia de desarrollo sostenible”. Más aún, con restricciones de desplazamiento y fronteras cerradas en el mundo, la innovación, la tecnología y el desarrollo de competencias en estos ámbitos, adquieren un rol protagónico en la sobrevivencia y en la reapertura del turismo.

Las nuevas tendencias mundiales están cambiando la forma en que las personas viven, consumen, se relacionan y viajan. Como sector, el turismo está inmerso en este cambio que se manifiesta de múltiples y complejas formas, relacionadas con los desafíos del cambio climático, de la revolución tecnológica, de la irrupción del viajero digital, de la crisis sanitaria debido al COVID-19 y de la competencia por la inversión y los recursos humanos.

La OMT afirma que la innovación es vital para responder a los cambios de escenario y para que el sector se adapte a los nuevos contextos. En este sentido, es fundamental la colaboración entre los responsables políticos, los líderes de la industria, las empresas del sector, incluidas las pequeñas y medianas, y la academia, para maximizar las sinergias en el desarrollo e implementación de la innovación en el terreno.

Con este fundamento, la OMT ha incorporado de manera decidida la innovación como uno de los ejes claves del desarrollo del sector, y ha creado la Estrategia de Innovación y Transformación Digital, con la que se ha propuesto impulsar la digitalización y crear un ecosistema de innovación y emprendimiento que permita aprovechar el potencial del sector.

En este marco internacional, América Latina está en una posición todavía rezagada con respecto a otras zonas del mundo donde ya se han implementado políticas públicas y estrategias para impulsar la innovación en turismo, conectando a los actores públicos con grandes empresas, startups, academia y desarrolladores tecnológicos para el desarrollo del turismo. Si bien dentro del contexto latinoamericano, Chile es el país mejor posicionado en términos de innovación (puesto 47 a nivel mundial), y tanto desde el sector público como privado se han realizado diversas acciones en torno a la industria turística, todavía queda un largo camino hacia una cultura de innovación que permita desplegar el sector de manera novedosa y sostenible.

En este sentido, es necesario que la industria turística de Chile, en su conjunto, lidere una transformación profunda de sus actividades, potenciando oportunidades de innovación, mejorando su calidad de servicios, diversificando productos y experiencias turísticas y aumentando la productividad y los niveles de sustentabilidad. Solo de esta manera, podremos mejorar el posicionamiento competitivo a nivel global del turismo chileno y fortalecer el sector aumentando su resiliencia y ajustándose a los efectos del COVID 19.

La 24ª Asamblea General de la OMT realizada en Madrid del 30 de noviembre al 3 de diciembre del 2021 se centró en la importancia de la innovación, la educación y el desarrollo rural para reconstruir el sector turístico, destacando la urgencia de transformar el sector, cuyo crecimiento supera regularmente al de la economía mundial y el comercio internacional. Además, se insistió en el compromiso del turismo mundial de iniciar la reanudación de sus actividades, sustentándose en tres pilares compartidos: sostenibilidad, innovación y solidaridad. En dicha instancia, los miembros votaron a favor de celebrar el Día Mundial del Turismo 2022 en torno al oportuno tema de "Repensar el Turismo".[\[1\]](#)

El desarrollo de productos turísticos requiere dar respuesta a las nuevas necesidades del mercado; esto, porque las expectativas de los turistas son cada vez más específicas y exigentes, quienes buscan **vivir experiencias únicas, significativas y auténticas**, frente a lo cual el desarrollo de productos turísticos que integren servicios y actividades atractivas, novedosas, de calidad y sustentables, es fundamental. Asimismo, los productos turísticos deben convertirse en un aporte al desarrollo local, donde las comunidades y los pequeños y los medianos emprendedores se vean involucrados como protagonistas en la construcción de experiencias turísticas memorables y que conserven un carácter de auténticas.

Con la voluntad de reaccionar a los grandes desafíos globales y de país, responder a las recomendaciones de los organismos internacionales y seguir el ejemplo de países pioneros en desarrollo turístico, queremos premiar el esfuerzo de las empresas que han dado una respuesta frente a este desafío, que se han reinventado y han modificado su modelo de negocio para adaptarse al nuevo escenario generado por la pandemia del COVID-19.

II. FOCALIZACIÓN DEL CONCURSO.

El año 2005 la Organización Mundial del Turismo (OMT) incorpora como elemento esencial del turismo la inclusión de personas con discapacidad, proponiendo recomendaciones para ser adoptadas por los Estados parte de la Organización de Naciones Unidas (ONU). Estas disposiciones fueron reafirmadas en 2009 en la Declaración sobre la facilitación de Viajes en Turismo aprobado por su Asamblea General en Astana, Kazajstán, desencadenando una serie de acciones tendientes a elaborar directrices en el ámbito de la inclusión de personas con discapacidad, capaces de ir más allá de los problemas de infraestructura y Diseño Universal para vincular aspectos multidimensionales que contribuyen a una experiencia completa y satisfactoria.

El Turismo Accesible plantea un turismo para todos y lleva a establecer pautas de inclusión durante el desarrollo de la actividad para las personas con discapacidad que se define como “aquella que teniendo una o más deficiencias físicas, mentales, sea por causa psíquica o intelectual, o sensoriales, de carácter temporal o permanente, al interactuar con diversas barreras presentes en el entorno, ve impedida o restringida su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.” [\[2\]](#) En consecuencia, el turismo accesible se concibe desde sus inicios como aquel que garantiza el uso y disfrute del turismo a las personas con alguna discapacidad física, mental (psíquica o intelectual) y sensorial (auditiva o visual).

De acuerdo con el último estudio de discapacidad de Senadis (2015), en Chile hay cerca de 2 millones 800 mil personas con discapacidad, que representan un 16,7% de la población; cifra que para el turismo se triplica, ya que una persona con discapacidad o movilidad reducida viaja con su familia.

Adicional a lo anterior, encontramos además otro segmento de la población que se denomina personas con movilidad reducida la cual se define como aquellas que tienen permanente o temporalmente limitada la capacidad de moverse sin ayuda externa. Es decir, las personas con movilidad reducida no son capaces de moverse sin ayuda, sin embargo, estas pueden tener o no una discapacidad.

Hoy en día, el sector turístico reconoce que las personas con discapacidad tienen los mismos derechos a las oportunidades, vale decir viajes independientes, instalaciones accesibles, personal con formación adecuada, información fiable y un marketing inclusivo. Dado que la demanda de turismo accesible para todos va en aumento, hoy se considera más como una oportunidad que como una obligación. Si el turismo quiere mantener y desarrollar la calidad, la sostenibilidad y la competitividad, debe apoyar y desarrollar la actividad con acceso universal, ya que ofrece ventajas para todo el mundo.

La actividad turística es una experiencia que empieza en el lugar de origen con la búsqueda de información, búsqueda de alojamiento, continúa con el desarrollo de actividades turísticas y de ocio y que finaliza cuando se regresa al lugar de origen. Todas las actividades que se desarrollan en esta experiencia turística son elementos entendidos como una cadena compuesta por muchos eslabones.

Esto es lo que se denomina la cadena de accesibilidad turística. Recordemos que la accesibilidad es la eliminación de barreras arquitectónicas y comunicacionales y para que un destino sea accesible debe cumplir con toda la cadena de accesibilidad turística. Si una de las fases del viaje no es accesible, la experiencia del turista se verá comprometida y no resultará satisfactoria. La cadena de accesibilidad del turismo se verá ampliamente beneficiada por la accesibilidad propia del destino.

La Cadena de Accesibilidad en Turismo está compuesta por: planificación e información, transporte de llegada, entorno urbano, transporte local, actividades de ocio, excursiones, servicios médicos y de apoyo, y transporte de salida.

Para lograr que los destinos sean accesibles se deberán realizar acciones transversales que incluyan al sector público, privado y la sociedad civil. Para ello, es necesario avanzar en iniciativas que impulsen la accesibilidad en la oferta de servicios y atractivos turísticos en el país; de manera de contar con información, prestadores de servicios turísticos adaptados, recurso humano con competencias para atender necesidades especiales; son elementos que se deben considerar para lograr desarrollar un turismo accesible.

En este contexto, el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), dependiente del Ministerio Economía, Fomento y Turismo de Chile, desarrolla una serie de actividades colaborativas con actores claves para elaborar la "Hoja de Ruta de Turismo Accesible 2022-2026". En este se señala que el desarrollo de un turismo responsable y sostenible implica el reconocimiento de todos los actores involucrados en un proceso de desarrollo inclusivo que no deje a nadie atrás en una actividad que genera cambios en la calidad de vida de las personas.

Es una obligación del sector turístico garantizar que las personas con discapacidad puedan gozar en igualdad de condiciones al resto de los ciudadanos, del ocio, el deporte y el turismo. Si son más las personas que tienen la posibilidad de viajar, se consiguen más visitantes, temporadas más largas y nuevos ingresos. La sociedad en su conjunto se beneficia con nuevas oportunidades.

Por otra parte, el próximo año Chile será sede de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos de 2023, oficialmente conocidos como los XIX Juegos Panamericanos y VII Parapanamericanos.

La accesibilidad es un desafío para la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), reconociendo que se debe continuar impulsando a través de acciones que permitan generar productos turísticos accesibles en los destinos del país.

En este contexto, en su séptima (7°) versión, el “**CONCURSO PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO 2022**” pone énfasis en el Turismo Accesible, para lo cual se distinguirán *“aquellos productos turísticos que aporten a la diversificación de experiencias con la incorporación de innovaciones destacadas, y que por sobre todo destaquen por contar con una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal”*.

III. CONVOCATORIA.

Para efectos de esta convocatoria, se entenderá como **DEFINICIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO** la entregada por la Organización Mundial de Turismo (OMT)^[3], que define al PRODUCTO TURÍSTICO como “*el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores*”. Complementario a esta definición, es importante entender la estructura de un producto turístico, caracterizada por englobar elementos tangibles e intangibles – bienes y servicios. En este sentido, es importante destacar que el conjunto de componentes del producto turístico, es decir, los elementos tangibles (infraestructura, equipamiento, servicios turísticos, atractivos de intereses especiales, etcétera) y los elementos intangibles (emociones vividas, cultura, hospitalidad, etcétera), se vinculan en la interacción entre el proveedor del servicio, el consumidor del mismo y su relación con el territorio, pudiendo ser un aporte a las comunidades locales donde se desenvuelve el producto.

Así también, es importante considerar que la satisfacción de un turista se basa en este conjunto de componentes, ya que son muy raros los casos en donde un cliente (turista) se satisface a partir de la oferta de un solo proveedor. El transporte, la alimentación, el alojamiento y las actividades son entregados por muchos oferentes distintos, razón por la que el éxito de un producto turístico dependerá de la combinación de varios actores, completando la experiencia del visitante. Ahora bien, para comprender la focalización del presente concurso, es importante considerar que las innovaciones de un producto o servicio suponen la introducción de algo nuevo en el mercado turístico. Más concretamente, se refieren a cambios directamente observados por los turistas y percibido como nuevos, en el sentido de nunca vistos previamente, o introducidos como novedad en la cadena productiva o en el destino.

De este modo, se entenderá por **PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES** aquellos “*productos turísticos nuevos o significativamente mejorados, diseñados de acuerdo con los requerimientos y tendencias de los nuevos consumidores (turistas), que permiten aportar una experiencia turística de mayor valor para el mercado*”^[4].

Según la OMT, las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos. **Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico**, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- a) Dar un uso responsable a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- c) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Por su parte, por **TURISMO ACCESIBLE** entendemos que "es una forma de hacer turismo que implica un proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con necesidades especiales de acceso (en distintas dimensiones, entre ellas las de movilidad, visión, audición y cognición) funcionar independientemente, con igualdad y dignidad, gracias a una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal".^[5]

En la Hoja de Ruta del Turismo Accesible para Chile 2022 – 2026 Sernatur señala los siguientes beneficios del Turismo Accesible:

1. Contribuye a aumentar los niveles de rentabilidad y seguridad empresarial.
2. Los Productos con enfoque accesible e inclusivo, mejora la cadena de valor.
3. Quiebre de estacionalidad: destinos y prestadores preparados para segmentos que viajan todo el año.
4. Desconcentración de oferta: permite distribuir la demanda en destinos no tradicionales generando desarrollo de economías locales y desconcentrando los principales destinos tradicionales de Chile.
5. Mejora la imagen: Las diferencias entre los destinos no están en sus productos, sino en el disfrute emocional que se hace de ellos.
6. Creación de empleo: Al aumentar la demanda aumentan los puestos de trabajo. También existe la posibilidad de incorporar a personas con discapacidad en nuevos puestos de trabajos en servicios turísticos.
7. Tener mayor calificación y competencias en atención de persona con discapacidad.
8. Prepararse para diseñar productos a medida del cliente y adquirir cultura de innovación y mejora continua.
9. Según datos de la ENDISC II (2015), la distribución de personas adultas en Chile con discapacidad severa, leve o moderada afecta más a las mujeres, ya que ellas corresponden a un 24,9% del total mientras que los hombres adultos representan un 14,8%.

IV. OBJETIVO.

El **CONCURSO PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO AÑO 2022**, tiene como objetivo principal *otorgar una distinción* a iniciativas que representen esfuerzos de privados que aporten a la diversificación de experiencias turísticas con la incorporación de innovaciones destacadas, **y que por sobre todo destaquen por contar con una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal.**

V. MODALIDAD DEL CONCURSO, PERÍODO DE POSTULACIÓN.

La convocatoria al concurso se hará a través del sitio institucional del Servicio Nacional de Turismo www.sernatur.cl.

Para concursar, los representantes de cada producto turístico deberán completar y enviar el **formulario de postulación de manera virtual**, el que se encontrará publicado en el sitio web institucional del Servicio Nacional de Turismo en el siguiente link www.sernatur.cl/masvalorturistico/

Las postulaciones estarán abiertas desde el **16 de agosto de 2022 y hasta las 23:59 horas del día 11 de septiembre de 2022**. Las postulaciones recibidas con posterioridad a la fecha y hora indicadas se tendrán como no presentadas al concurso y por tanto no serán evaluadas.

Los resultados del concurso serán publicados a más tardar el 30 de noviembre de 2022 a través del sitio institucional del Servicio Nacional de Turismo www.sernatur.cl.

VI. PARTICIPANTES Y REQUISITOS DE POSTULACIÓN.

La convocatoria está abierta a todos los prestadores de servicios turísticos registrados en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de Sernatur (RNPSTS), chilenos y extranjeros, sin distinción de la región o comuna de Chile donde residan, el tipo de actividad, especialidad o volumen de turistas recibidos.

En todo caso, podrán participar en el **CONCURSO PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO 2022** los prestadores de servicios turísticos *que cumplan con los siguientes requisitos mínimos:*

Requisitos mínimos (Requisitos de admisibilidad):

- a) Postular un producto turístico innovador (se admitirá sólo un producto por postulante);
- b) Contar con iniciación de actividades con al menos un año de antigüedad contado hacia atrás desde la fecha de publicación de las presentes bases, lo que el postulante deberá acreditar mediante la presentación del *Certificado de Iniciación de actividades* emitido por el Servicio de Impuestos Internos, el que deberá acompañarse a la postulación (adjuntar en el formulario de postulación);
- c) Estar registrado en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de SERNATUR (RNPSTS).
- d) Completar adecuadamente el formulario de postulación, dispuesto para estos efectos en la página de Sernatur, dentro del plazo y dentro de la hora señalada en estas bases en la cláusula V.

VII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

La evaluación de las postulaciones que hayan sido presentadas en tiempo y forma (con toda la documentación requerida, es decir, que cumplan con los requisitos de admisibilidad), se hará acuerdo a los siguientes *cinco (5) criterios de evaluación*:

- 1. INNOVACIÓN:** Se evaluará positivamente que el producto turístico sea un producto turístico nuevo o significativamente mejorado; que se haya introducido innovaciones destacadas que agreguen valor al producto; que las innovaciones del producto supongan la introducción de algo nuevo en el mercado turístico, ofreciendo a los turistas productos y servicios más novedosos, originales o de mayor calidad; y que el producto turístico haya sido diseñado de acuerdo requerimientos y necesidades actuales de los turistas, dando respuesta a las tendencias del mercado.
- 2. DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA:** Se evaluará positivamente que el producto turístico aporte a la diversificación de la oferta turística. El producto es representativo de cada territorio y se desarrolla en territorios de interés para la diversificación.
- 3. INTEGRACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA:** Se valorará que el producto turístico incorpore a otros oferentes de servicios y productos, que completen la experiencia del visitante o turista y genere equidad en la distribución de los beneficios del turismo.
- 4. SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA:** Se evaluará positivamente que el producto turístico incorpore innovaciones relacionadas a: un uso óptimo de los recursos naturales (ejemplo: gestión del territorio turístico, agua, energía, residuos, conservación de la biodiversidad, huella de carbono); el respeto a la

autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas (ejemplo: protección del patrimonio histórico-cultural, desarrollo de oferta con elementos culturales, bienestar de la comunidad, contribución al desarrollo local); y que asegure un desarrollo económico en el largo plazo (ejemplo: que genere prosperidad local, empleos de calidad, privilegie el abastecimiento con proveedores locales, sea una oferta de calidad y genere satisfacción del cliente, y sea un negocio viable económicamente).

A continuación, se describen los *15 aspectos* en los cuales se puede desarrollar los tres ámbitos de la sustentabilidad turística. **Los postulantes en sus postulaciones podrán considerar cumplir con alguno de los 15 aspectos, en su respectiva postulación**, que se indican a continuación a vía ejemplar en que pueden basarse sus innovaciones. Los aspectos indicados por cada postulante deberán ser considerados en el relato que desarrolle en su postulación y deberán ser descritos de manera específica.

i) **Sustentabilidad medioambiental:**

- (1) **Gestión del Territorio:** El turismo se desenvuelve en un territorio, generalmente co-existiendo con otras actividades que también demandan espacios para su desarrollo. Se debe definir con la mayor precisión posible cuáles son las áreas geográficas en donde se desenvuelve el turismo, tanto en términos de límites, atractivos, equipamiento y actividades, puesto que esto se traducirá en demandas por el territorio y sus recursos.
- (2) **Gestión del Agua:** La distribución del agua no es la misma para todo el territorio nacional y, teniendo en cuenta que es un elemento esencial para el turismo, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones en el manejo del agua en sus emprendimientos, con el objetivo de disminuir la contaminación del agua del sector, disminuir su consumo, hacer eficiente su uso, u otra solución.
- (3) **Gestión de la Energía:** El sector turístico consume grandes volúmenes de energía y a través de diversas fuentes, como edificios y vehículos motorizados, entre otras. Por esta razón, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones en la gestión de la energía, con el objetivo de disminuir el consumo, de disminuir los efectos negativos en la localidad, de hacer eficiente su uso, u otra solución.
- (4) **Gestión de los Residuos:** Las actividades turísticas generan un volumen importante de residuos, ya que los turistas cuando están de viaje dejan entre tres y diez veces más residuos que en su lugar de residencia. Esto, sumado a la mala gestión de los residuos por parte de un establecimiento, además de dañar su imagen, se transforma en una fuente de polución del agua y el suelo. Dado lo anterior, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones en la gestión de los residuos, con el objetivo de disminuir los impactos negativos en la localidad, de hacer eficiente el consumo de insumos, u otra solución.

- (5) **Conservación de la Biodiversidad:** La diversidad biológica que existe en nuestro país, tanto en ambientes terrestres como en acuáticos, costeros y marinos, contribuye a múltiples procesos de la vida en la Tierra. Sin embargo, las medidas de protección en el territorio son insuficientes. Es por ello, que se considerarán las innovaciones que apunten a la conservación de la biodiversidad, con el objetivo de disminuir los impactos negativos del turismo en la localidad, de poner en valor la biodiversidad local, u otra solución.
- (6) **Medición de Huella de Carbono:** La huella de carbono es el cálculo de la suma de los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos, directa o indirectamente, por un individuo, empresa, organización o por el destino en su totalidad, y que provocan, entre otras reacciones adversas, el cambio climático. En este contexto, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones que apunten a disminuir la huella de carbono.
- ii) **Socio-cultural:**
- (1) **Protección del Patrimonio:** Una de las principales motivaciones que tienen los turistas al visitar un destino es conocer la cultura del lugar a través de sus vestigios materiales e inmateriales y sus expresiones espirituales, artísticas e intelectuales. Dado lo anterior, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones que apunten a la protección del patrimonio cultural, con el objetivo de disminuir los impactos negativos en la localidad, de poner en valor los aspectos culturales destacables, u otra solución.
- (2) **Oferta Cultural:** El respeto y la comprensión de la diversidad cultural entre pueblos y naciones es un principio fundamental del desarrollo sustentable. El turismo puede ser un importante motor para las comunidades locales en cuanto a valorar su patrimonio cultural, respetar las otras culturas y de esa forma, aumentar la tolerancia. Dado lo anterior, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones en la generación de oferta turística que integre activamente aspectos propios de la cultura local, con el objetivo de poner en valor y de rentabilizar de forma armónica, auténtica y vivencial los aspectos culturales fundamentales de los destinos, u otra solución.
- (3) **Bienestar de la Comunidad:** El turismo puede influir en el bienestar de la comunidad tanto de manera positiva como negativa. Por esta razón, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones donde el turismo contribuya a mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades y evite la degradación o explotación social o medio-ambiental.
- (4) **Contribución al Desarrollo Local:** El turismo es una actividad multidisciplinaria inclusiva. Dado lo anterior, se considerarán aquellas propuestas que presenten

innovaciones que integren a varios actores en la cadena de comercialización, permitiendo una buena distribución de los ingresos y contribuyendo a un desarrollo local equilibrado y más equitativo.

iii) **Económico:**

- (1) **Viabilidad Económica:** Los negocios turísticos exitosos son fundamentales para el desarrollo del turismo. Es por ello, que se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones que cuenten con una planificación del negocio a largo plazo que busquen el éxito de proyectos destinados a suministrar productos y/o servicios de turismo sustentable.
- (2) **Prosperidad Local:** Los negocios turísticos exitosos son fundamentales para que la comunidad local obtenga beneficios tangibles del desarrollo del turismo. Dado lo anterior, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones que cuenten con una planificación del negocio a largo plazo y que se vinculen con la comunidad local, ya sea a través de personas naturales o bien de otros emprendimientos.
- (3) **Calidad del Empleo:** La generación de empleo es una de las mejores formas en las que el turismo puede contribuir a la calidad de vida de las comunidades anfitrionas. En este sentido, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones donde las organizaciones vayan aumentando el número y la calidad de empleos en la localidad, asegurando un salario justo, buenas condiciones laborales e igualdad de oportunidades sin discriminación de sexo, raza, discapacidad u otra forma. Mientras mejores son las condiciones para los trabajadores, se pueden lograr mejores resultados, mayor retención del personal y mayor eficacia y productividad. Esto a su vez se traduce en una buena relación entre el personal y el cliente, la que contribuye a una mayor satisfacción con el conjunto de la experiencia vacacional.
- (4) **Equidad Social:** Las ganancias y beneficios económicos y sociales obtenidos gracias a la actividad turística de la localidad, región o país deben ser distribuidos de manera amplia y justa. Es por esta razón que se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones que principalmente apunten a la mejora de oportunidades, ingresos y beneficios para los más necesitados. La lucha contra la pobreza debe ser uno de los objetivos de la sustentabilidad turística.
- (5) **Satisfacción del Visitante:** Es fundamental que el visitante viva una experiencia segura, satisfactoria y completa en el destino turístico escogido y sea tratado sin discriminaciones de ningún tipo. Dado lo anterior, se considerarán aquellas propuestas que presenten innovaciones que influyan directamente en la experiencia que vive el visitante en los 3 momentos del viaje: antes, durante y después.

5. ACCESIBILIDAD: Se evaluará positivamente, que el producto turístico incorpore y/o tenga implementadas acciones en el ámbito de accesibilidad, tales como: viajes independientes, instalaciones accesibles, personal con formación adecuada, información fiable, y/o marketing inclusivo.

- **Viajes independientes:** se pueden efectuar viajes en un producto turístico encadenado sin dificultades, de manera fluida y sin interrupciones.
- **Instalaciones accesibles:** las instalaciones del servicio turístico consideran accesibilidad para personas con discapacidad motora, sensorial (auditiva o visual) y/o movilidad reducida.
- **Personal:** el personal del servicio cuenta con capacitaciones en turismo accesible o bien cursos de inclusión para conocer, entender y tratar las necesidades que planteen los clientes con alguna discapacidad.
- **Información fiable, y/o marketing inclusivo:** la información entregada por la empresa es capaz de facilitar la utilización de la lengua de señas, el braille, los modos, medios, y formatos aumentativos y alternativos de comunicación para las personas con discapacidad.

Los postulantes deberán cumplir con al menos una (1) de la/las acciones en el ámbito de la accesibilidad, en su respectiva postulación. Los aspectos indicados por cada postulante deberán ser considerados en el relato que desarrolle en su postulación y deberán ser descritos de manera específica.

IMPORTANTE: Para la evaluación de los criterios mencionados, se considerará la descripción y relato con que haya sido presentada cada una de las postulaciones. La redacción y descripción debe ser adecuada a la temática y cumplir con lo solicitado en las presentes bases. A partir de la descripción que se haga en cada postulación serán evaluados en cada uno de los criterios de evaluación.

VIII. ADMISIBILIDAD DE LAS POSTULACIONES Y EVALUACIÓN.

i. ADMISIBILIDAD.

La recepción de las postulaciones estará a cargo de la **Unidad de Innovación de la Subdirección de Desarrollo de la Dirección Nacional de Sernatur**, donde se revisará que las postulaciones cumplan con los requisitos mínimos de postulación exigidos en las presentes bases (examen de admisibilidad de las postulaciones).

El examen de admisibilidad de las postulaciones estará a cargo del o los profesionales que designe para estos efectos la Subdirectora de la Subdirección de Desarrollo de la Dirección Nacional de Sernatur, o quien la subrogue o reemplace, quienes conformarán la *Comisión de Admisibilidad*. El/los profesional/es que integren esta Comisión, no deberán tener ni presentar conflictos de interés en relación a los postulantes al concurso, lo que debe quedar consignado debidamente en Acta de

Admisibilidad.

Aquellas postulaciones que no cumplan con los requisitos de postulación señalados en la cláusula sexta de estas bases denominada CRITERIOS DE EVALUACIÓN, y por tanto no pasen el examen de admisibilidad, serán declaradas inadmisibles y no serán evaluadas, quedando fuera del concurso.

B. EVALUACIÓN DE LAS POSTULACIONES.

Las postulaciones o productos turísticos que sean admisibles, es decir, que pasen el examen de admisibilidad por cumplir con los requisitos mínimos señalados en estas bases para postular **pasarán a la etapa de evaluación de la postulación.**

La evaluación se realizará en *dos etapas*, que pasan a indicarse:

- i. Primera etapa:** Se realizará o hará una evaluación de todas las postulaciones admisibles y se escogerá a la mejor postulación de cada región del país. Esta evaluación será válida por el equipo de la Dirección Regional.
- ii. Segunda etapa:** La postulación seleccionada en cada región, pasará a una etapa de evaluación final que se realizará a nivel nacional.

i) PRIMERA ETAPA: EVALUACIÓN N°1 (ETAPA 1).

La Unidad de Innovación de la Subdirección de Desarrollo de la Dirección Nacional de Sernatur, realizará la evaluación de las postulaciones que pasen el examen de admisibilidad de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos en estas bases y se le asignará a cada uno de ellos una nota o puntuación de acuerdo al grado de cumplimiento de los mismos y conforme se establece en estas bases.

El objetivo de esta primera instancia de evaluación es preseleccionar un (1) producto turístico dentro de las postulaciones recibidas en cada Dirección Regional de Turismo de Sernatur, y obtener así un total de dieciséis (16) seleccionados, uno por cada región, que pasarán a la evaluación final que se realizará a nivel nacional.

Para esta primera etapa de selección se conformará un *Comité de Selección* que estará conformado por 3 profesionales: 2 profesionales de Unidad de Innovación de la Subdirección de Desarrollo de la Dirección Nacional de Sernatur, o por sus reemplazos, de acuerdo a lo que la Subdirectora de Desarrollo designe, los que podrán ser profesionales internos del Servicio; y por la Encargada Nacional de turismo accesible dependiente de la Unidad de Sustentabilidad de la Subdirección de Desarrollo de la Dirección Nacional de Sernatur, o por sus reemplazos, de acuerdo a lo que la Subdirectora de Desarrollo designe, los que podrán ser profesionales internos del Servicio.

Los miembros del Comité de Selección no deberán tener ni presentar conflictos de interés con ninguno de los postulantes al concurso que hayan pasado a esta etapa, lo que debe quedar consignado

debidamente en Acta de Evaluación de la 1° Etapa.

El Comité de Selección designado al efecto evaluará cada una de las postulaciones declaradas admisibles.

Evaluadas las postulaciones, se levantará un **acta de evaluación de las postulaciones de la 1° Etapa**, donde se informará los resultados de la evaluación, indicando el puntaje en cada criterio, justificando técnicamente en cada caso la nota obtenida, las razones tenidas a la vista para asignar dicho puntaje, el puntaje final de cada postulante y el nombre de cada uno de los integrantes del Comité de Selección, quienes no deberán presentar conflictos de interés con los postulantes al Concurso.

La evaluación de las postulaciones será un proceso competitivo, que los integrantes del Comité de Selección (1° etapa) realizarán de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos en estas bases y le asignará a cada uno de ellos una nota o puntuación de acuerdo al grado de cumplimiento de los mismos. La escala de evaluación que se aplicará será de nota cero (0) a cinco (5), donde cinco (5) será la nota más alta, de acuerdo con lo siguiente:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>Innovación (30%):</p> <p>Este criterio evalúa que el producto turístico sea un producto turístico nuevo o significativamente mejorado, que se haya introducido innovaciones destacadas que agreguen valor al producto, que las innovaciones del producto supongan la introducción de algo nuevo en el mercado turístico, ofreciendo a los turistas productos y servicios más novedosos, originales o de mayor calidad y que el producto turístico haya sido diseñado de acuerdo requerimientos y necesidades actuales de los turistas, dando respuesta a las tendencias del mercado.</p> <p>Nota 0: El producto turístico postulado no cumple con la definición de producto turístico innovador entregada en las Bases del Concurso por lo cual la propuesta es declarada inadmisibile de acuerdo, a los requisitos obligatorios de postulación.</p> <p>Nota 1: El producto turístico postulado cumple con la definición de producto turístico innovador entregada en las Bases del Concurso. Sin embargo, la descripción que se hace para evaluar este criterio es insuficiente, esto es: la descripción del producto turístico es general e imprecisa, no menciona las innovaciones que agregan valor al producto turístico, y/o no desarrolla los aspectos relacionados a los requerimientos y necesidades del mercado turístico.</p> <p>Nota 3: El producto turístico postulado cumple con la definición de producto turístico innovador entregada en las Bases del Concurso. La descripción de producto turístico innovador que se hace para evaluar este criterio es de buena calidad, esto es: la descripción de la innovación del producto</p>

turístico es clara; menciona las innovaciones que agregan valor al producto turístico; y desarrolla los aspectos relacionados a los requerimientos y necesidades del mercado turístico.

Nota 5: El producto turístico postulado cumple con la definición de producto turístico innovador entregada en las Bases del Concurso. La descripción de producto turístico innovador que se hace para evaluar este criterio es sobresaliente, esto es: la descripción de la innovación del producto turístico es clara y precisa; desarrolla detalladamente las innovaciones que agregan valor al producto turístico; y desarrolla con especificidad y detalles los aspectos relacionados a los requerimientos y necesidades del mercado turístico y como éste será desarrollado.

Diversificación de la oferta turística (10%):

Este criterio evalúa que el producto turístico aporte a alguna de las líneas temáticas donde Chile posee ventajas comparativas, como son: ecoturismo, turismo astronómico, enoturismo, turismo cultural, turismo indígena, turismo de naturaleza y aventura, turismo científico, turismo gastronómico u otras temáticas emergentes. Además de lo anterior, el producto turístico pone en valor nuevos atractivos turísticos y se desarrolla en territorios de interés para la diversificación, como son los destinos turísticos potenciales y emergentes, Áreas Silvestres Protegidas del Estado y sus entornos, y Zonas de Interés Turístico.

Nota 0: El producto turístico no aporta a ninguna de las líneas temáticas en las que Chile posee ventajas comparativas, no pone en valor nuevos atractivos turísticos y no se desarrolla en ninguno de los territorios de interés para la diversificación turística.

Nota 1: La descripción que se hace para evaluar este criterio es insuficiente, esto es: describe de manera general e imprecisa como el producto turístico aporta a las líneas temáticas en las que Chile posee ventajas comparativas, no menciona si el producto turístico pone en valor nuevos atractivos turísticos y no se describe de manera clara si se desarrolla en alguno de los territorios de interés para la diversificación turística.

Nota 3: La descripción que se hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es de buena calidad en tanto a su aporte a la diversificación de la oferta turística, esto es: el producto es descrito de manera clara; éste aporta a las líneas temáticas en las que Chile posee ventajas comparativas; expresa un producto turístico pone en valor nuevos atractivos turísticos; y describe cómo el producto turístico se desarrolla en alguno de los territorios de interés para la diversificación turística.

Nota 5: La descripción que se hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es sobresaliente en tanto a su aporte a la diversificación de la oferta turística, esto es: el producto es descrito de manera clara y precisa; éste aporta a las líneas temáticas en las que Chile posee ventajas comparativas; se expresa con especificidad un producto turístico que pone en valor nuevos atractivos

turísticos; y se describe detalladamente cómo el producto turístico se desarrolla en alguno de los territorios de interés para la diversificación turística.

Integración de la oferta turística (10%):

Se valorará que el producto turístico incorpore a otros oferentes de servicios y productos, que completen la experiencia del visitante y genere equidad en la distribución de los beneficios del turismo.

Nota 0: La descripción que se hace para evaluar este criterio es deficiente, esto es: no menciona ni describe si el producto incorpora a otros oferentes de servicios y productos.

Nota 1: La descripción que se hace para evaluar este criterio es insuficiente, esto es: describe de manera general e imprecisa la integración con otros oferentes de servicios y productos turísticos, sin embargo, no los menciona y no describe como el producto turístico genera encadenamiento productivo con otros agentes de la cadena de valor del turismo, la asociatividad y trabajo colaborativo con otras iniciativas.

Nota 3: La descripción que se hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es de buena calidad en tanto a su aporte a la integración de la oferta turística, esto es: describe de manera clara la integración con otros oferentes de servicios y productos turísticos los menciona y describe como el producto turístico genera encadenamiento productivo con otros agentes de la cadena de valor del turismo, la asociatividad y trabajo colaborativo con otras iniciativas.

Nota 5: La descripción que se hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es sobresaliente en tanto a su aporte a la integración de la oferta turística, esto es: describe de manera clara y precisa la integración con otros oferentes de servicios y productos turísticos, los menciona y describe detalladamente como el producto turístico genera encadenamiento productivo con otros agentes de la cadena de valor del turismo, la asociatividad y trabajo colaborativo con otras iniciativas.

Sustentabilidad turística (20%):

Que el producto turístico incorpore innovaciones relacionadas a: un uso óptimo de los recursos naturales (ejemplo: gestión del territorio turístico, agua, energía, residuos, conservación de la biodiversidad, huella de carbono); el respeto a la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas (ejemplo: protección del patrimonio histórico-cultural, desarrollo de oferta con elementos culturales, bienestar de la comunidad, contribución al desarrollo local); y que asegure un desarrollo económico en el largo plazo (ejemplo: que genere prosperidad local, empleos de calidad, privilegie el abastecimiento con proveedores locales, sea una oferta de calidad y genere satisfacción del cliente, y sea un negocio viable económicamente).

Nota 0: La descripción que se hace para evaluar este criterio es deficiente, esto es: en el formulario de postulación no se señala ninguno de los aspectos de la sustentabilidad en los cuales el producto turístico que postula aporta con prácticas innovadoras. No menciona ni describe innovaciones en el ámbito de la sustentabilidad turística.

Nota 1: El producto turístico aporta con innovaciones en al menos un aspecto de la sustentabilidad. La descripción que se hace para evaluar este criterio es insuficiente, esto es: describe de manera general e imprecisa las acciones que ha emprendido en materia de sustentabilidad turística, no menciona o no se describe de manera clara los aspectos de la sustentabilidad turística indicados en el formulario de postulación.

Nota 3: El producto turístico aporta con innovaciones en al menos un aspecto de la sustentabilidad. La descripción que se hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es de buena calidad en tanto a su aporte a la sustentabilidad de la oferta turística, esto es: ha realizado y describe de manera clara las acciones que ha emprendido en materia de sustentabilidad turística; menciona y describe los aspectos de la sustentabilidad turística indicados en el formulario de postulación.

Nota 5: El producto turístico aporta con innovaciones en al menos un aspecto de la sustentabilidad. La descripción que se hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es sobresaliente en tanto a su aporte a la sustentabilidad de la oferta turística, esto es: ha realizado y describe de manera clara y precisa las acciones que ha emprendido en materia de sustentabilidad turística, menciona y describe de manera detallada los aspectos de la sustentabilidad turística indicados en el formulario de postulación.

Accesibilidad turística (30%):

Que el producto turístico incorpore y/o tenga implementadas acciones en el ámbito de accesibilidad, tales como: viajes independientes, instalaciones accesibles, personal con formación adecuada, información fiable, y/o marketing inclusivo.

Nota 0: La descripción que se hace para evaluar este criterio es deficiente, esto es: en el formulario de postulación no se señala ninguno de los aspectos de accesibilidad en los cuales el producto turístico que postula aporta con prácticas accesibles. No menciona ni describe accesibilidad turística.

Nota 1: El producto turístico aporta en al menos un aspecto de la accesibilidad. La descripción que se hace para evaluar este criterio es insuficiente, esto es: describe de manera general e imprecisa las acciones que ha emprendido en materia de accesibilidad turística, no menciona o no se describe de manera clara los aspectos de la accesibilidad turística indicados en el formulario de postulación.

Nota 3: El producto turístico aporta en al menos un aspecto de la accesibilidad. La descripción que se

hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es de buena calidad en tanto a su aporte a la accesibilidad de la oferta turística, esto es: ha realizado y describe de manera clara las acciones que ha emprendido en materia de accesibilidad turística; menciona y describe los aspectos de la accesibilidad turística indicados en el formulario de postulación.

Nota 5: El producto turístico aporta en al menos un aspecto de la accesibilidad. La descripción que se hace para evaluar este criterio muestra un producto turístico que es sobresaliente en tanto a su aporte a la accesibilidad de la oferta turística, esto es: ha realizado y describe de manera clara y precisa las acciones que ha emprendido en materia de accesibilidad turística, menciona y describe de manera detallada los aspectos de la accesibilidad turística indicados en el formulario de postulación.

Acta de Evaluación de Postulaciones 1º Etapa:

Evaluadas las postulaciones, el Comité de Selección (1º Etapa) levantará un **acta de evaluación de las postulaciones**, donde informará:

- a) Los integrantes del Comité de Selección 1º Etapa, de sus reemplazantes si los hubiere indicado quien reemplaza y las razones del reemplazo;
- b) los criterios de evaluación aplicados;
- c) los resultados de la evaluación, indicando el puntaje en cada criterio, justificando en cada caso, las razones tenidas a la vista para asignar dicho puntaje y el puntaje final de cada postulante, así como el nombre del postulante seleccionado en su región (el que haya obtenido el más alto puntaje);
- d) La propuesta de las postulaciones de cada región que pasan a la 2º etapa de Evaluación;

En caso de que en alguna región no se seleccionará una postulación, por no presentarse ninguna o ser todas ellas inadmisibles, se perderá el cupo de esa región en la etapa 2 de Selección Final.

Mecanismos de Desempate de la 1º Etapa:

En caso de empate en la puntuación obtenida entre dos o más postulaciones, se preseleccionará a la postulación o concursante que haya obtenido mayor nota en el Criterio de evaluación "Accesibilidad". Si persiste el empate se preseleccionará a la postulación o concursante que haya obtenido mayor nota en el Criterio de evaluación "Innovación". En caso de que se mantenga la igualdad, se preseleccionará la oferta que haya obtenido mayor puntaje en el criterio "Sustentabilidad turística". Si persiste el empate, se decidirá mediante un sorteo entre las postulaciones empatadas, el que deberá quedar respaldado mediante una grabación que estará disponible para aquellos postulantes que hayan desempateado mediante esta modalidad, si fuere solicitada por ellos o cualquier participante del concurso.

Los resultados de la primera etapa de selección serán validados por cada una de las Direcciones Regionales.

ii) SEGUNDA ETAPA: EVALUACIÓN N°2 (ETAPA 2)

Terminada la primera etapa de evaluación, los productos turísticos preseleccionados a nivel regional (uno por cada región), pasarán a una etapa de *mentoría y preparación de pitch*.

Los representantes de los productos turísticos preseleccionados participarán de 1 (una) mentoría virtual para apoyar su proceso de preparación de la presentación su postulación a nivel nacional y para participar en un evento a nivel nacional (competencia final) donde se seleccionarán a los 3 *ganadores*.

En esta etapa, los representantes de los productos turísticos preseleccionados pasarán por un proceso de entrenamiento, acceso a material de apoyo, mentoría y preparación de pitch, para luego grabarlos en video, los que serán presentados *al jurado de la competencia final*.

Por ende, para la competencia final y para esta segunda etapa de evaluación (Etapa 2) se constituirá un *Jurado de Selección Nacional* conformado por autoridades de turismo y expertos relacionados con turismo en distintas áreas, pertenecientes tanto al mundo público como el privado. Este *Jurado de Selección Nacional* estará a cargo de seleccionar a los 3 ganadores y estará integrado por los siguientes siete miembros:

- Directora Nacional de Turismo, o quien la subrogue o reemplace; quien lo presidirá;
- Subsecretaria de Turismo, o por quien lo subrogue o reemplace;
- Un representante de Imagen de Chile;
- Un representante de Transforma Turismo;
- Un representante del sector privado designados por el/la Directora/a Nacional de Turismo o quien lo subrogue o reemplace;
- Un representante de un medio de comunicación experto en turismo e innovación designado por el/la Directora/a Nacional de Turismo, o quien lo subrogue o reemplace; y
- Un representante gremial destacado designado por el/la Directora/a Nacional de Turismo, o quien lo subrogue o reemplace.

Este Jurado conformado en la forma señalada, y de cuya conformación se levantará un acta, se reunirá para conocer las postulaciones seleccionadas por las Direcciones Regionales de Turismo, evaluarlas y finalmente seleccionar a los 3 ganadores nacionales, de acuerdo a los criterios de evaluación definidos en estas bases.

La evaluación se realizará de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos en esta cláusula y le

asignará a cada uno de ellos una nota o puntuación de acuerdo al grado de cumplimiento de los mismos. **Para estos efectos la evaluación nacional partirá de cero, sin considerarse los puntajes obtenidos por cada producto turístico preseleccionado en la primera evaluación.** Es decir, el *Jurado de Selección Nacional* realizará una nueva evaluación, sin considerar la realizada en la primera etapa por el Comité de Selección 1º Etapa.

La escala de evaluación que se aplicará será de nota cero (0) a cinco (5), donde cinco (5) será la nota más alta, de acuerdo con los siguiente criterios y ponderaciones, cuya aplicación deberá justificarse en cada caso:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>Calidad del pitch (40%): Este criterio evalúa el video adjunto a la postulación en términos de contenido, relevancia y aplicabilidad del problema que se propone resolver, atributos de la solución propuesta que la hacen innovadora, habilidad y claridad para exponer que presenta el orador.</p>
<p>Modelo de negocios y escalabilidad (20%): Este criterio evalúa el retorno financiero y/o desarrollo de ventajas competitivas para el negocio a corto-medio plazo (ej. Acceso a nuevas tecnologías, acceso a perfiles técnicos etc.) y su escalabilidad. Esto es la habilidad para reaccionar y adaptarse sin perder calidad, o bien manejar el crecimiento continuo de trabajo de manera fluida, o bien para estar preparado para hacerse más grande sin perder calidad en los servicios ofrecidos.</p>
<p>Innovación (40%): Este criterio evalúa que el producto turístico sea un producto turístico nuevo o significativamente mejorado, que se haya introducido innovaciones destacadas que agreguen valor al producto, que las innovaciones del producto supongan la introducción de algo nuevo en el mercado turístico, ofreciendo a los turistas productos y servicios más novedosos, originales o de mayor calidad y que el producto turístico haya sido diseñado de acuerdo requerimientos y necesidades actuales de los turistas, dando respuesta a las tendencias del mercado.</p>

Realizada la evaluación por el *Jurado* en la forma señalada, serán seleccionados como ganadores del concurso los tres (3) productos turísticos postulados que obtengan las tres (3) mayores calificaciones en la nota final ponderada de todos los criterios de evaluación.

Seleccionados los ganadores nacionales, el jurado de selección nacional levantará un acta oficializando e informando los resultados del concurso a través del portal de Sernatur. Esta información se publicará en el portal de Sernatur a más tardar en el mes de diciembre.

Ningún miembro del Jurado Nacional podrá tener participación directa o indirecta en la

formulación o ejecución de las propuestas presentadas. Asimismo, todo miembro del jurado deberá inhabilitarse si en algunos de los proyectos postulados tuvieren interés, su cónyuge, ascendientes o descendientes, colaterales por consanguinidad o afinidad, hasta el segundo grado inclusive.

Mecanismos de Desempate 2º Etapa:

En caso de empate en la puntuación obtenida entre dos o más postulaciones, se preseleccionará a la postulación o concursante que haya obtenido mayor nota en el Criterio de evaluación "Innovación". Si persiste el empate se preseleccionará a la postulación o concursante que haya obtenido mayor nota en el Criterio de evaluación "Calidad de pitch". En caso de que se mantenga la igualdad, se preseleccionará la postulación que haya obtenido mayor puntaje en el criterio "Modelo de Negocios e Impacto Potencial. Si persiste el empate, se decidirá mediante un sorteo entre las postulaciones empatadas, el que deberá quedar respaldado mediante una grabación que estará disponible para aquellos postulantes que hayan desempateado mediante esta modalidad.

IX. EXCLUSIONES Y ELIMINACIÓN DE POSTULACIONES.

Los postulantes podrán abandonar el concurso por motivo de fuerza mayor (enfermedad, incapacidad y otras que Sernatur apruebe), lo que deberá ser informado al correo masvalorturistico@sernatur.cl o bien por carta simple presentada en las Oficinas de Información Turística de Sernatur de la región, provincia o comuna, según corresponda, a la que pertenezca o donde resida el postulante o concursante.

Sernatur se reserva el derecho a excluir de este Concurso las postulaciones que no cumplan con los procesos señalados en estas bases, especialmente en el punto V "Participantes y Requisitos de Postulación", o se presente en otros formatos, no contengan los datos obligatorios exigidos en el formulario de postulación, aquellas postulaciones que sean presentadas fuera de plazo, y otras acciones que la comisión de admisibilidad o comité de selección o jurado de selección nacional considere inadmisibles o perjudiciales al concurso mismo.

Quedarán excluidos y serán causales de eliminación inmediata y automáticamente del concurso todos aquellos concursantes que hagan comentarios en sus postulaciones, en las páginas de Sernatur o por cualquier otro medio que:

- Atenten contra la moral, las buenas costumbres y el orden público.
- Entreguen una impresión negativa y/o peyorativa, despectiva u ofensiva de Sernatur y/o Chile y/o Chile es TUYO, o que profieran ofensas en contra de esta institución o cualquier otra persona natural, jurídica o moral, de derecho público o privado, nacional, extranjera o internacional.
- No cumplan con los Términos y Condiciones del concurso establecidos de estas bases o con

los mecanismos de postulación en ellas señalados.

Tampoco podrán participar en el concurso, directores, funcionarios y trabajadores dependientes u honorarios de Sernatur (Dirección Nacional o Direcciones Regionales u Oficinas Locales o de Información Turística (OIT)) o de cualquiera de sus Departamentos y/o Unidades o Subunidades. La misma prohibición aplica a los funcionarios y trabajadores de la Subsecretaría de Turismo y Corfo.

Dicha prohibición se extiende a los cónyuges, ascendientes o descendientes, colaterales por consanguinidad o afinidad, hasta el segundo grado inclusive, de las personas señaladas en el párrafo anterior.

En caso que un concursante sea eliminado o excluido del concurso por alguna de las causales señaladas anteriormente, en ningún caso podrá recibir el premio respectivo en caso que fuesen seleccionados ganadores, aplicándose en tal caso, lo dispuesto en la cláusula siguiente de estas bases.

X. PREMIOS.

Los 3 ganadores seleccionados por el Jurado de Selección Nacional, recibirán un kit digital pyme que consiste en un kit audiovisual de marketing (video y fotografías profesionales).

También los ganadores recibirán un premio aporte de Imagen de Chile.

La Premiación se hará en fecha y lugar a definir, la que será difundida en plataformas de Sernatur. La fecha y lugar de la premiación será notificada a ganadores del concurso, a través de correo electrónico, además de publicarse la información oficial para dominio público en la web www.sernatur.cl.

Sernatur realizará difusión de los preseleccionados en la etapa 1 a nivel regional y los 3 ganadores a nivel nacional, en redes sociales de Sernatur y Subsecretaría de Turismo.

Los ganadores serán contactados por Sernatur de acuerdo con los datos entregados en su postulación. Si los datos entregados no correspondieren a la persona o no fueren conducentes al contacto de esta o ésta no pudiere ser contactada por cualquier causa que fuere, no se hará efectivo o no se le entregará e l/los premios y se pasará a premiar al segundo candidato con mayor puntuación asignada por la comisión o jurado de selección nacional, dicho procedimiento se realizará o aplicará sucesivamente si la situación descrita se repite, hasta obtener una ganadora.

Sernatur se reserva el derecho de no adjudicar, ni entregar el premio, cuando no se dé cumplimiento a lo preceptuado en cláusula XIII de las presentes bases.

Los premios señalados corresponden a los descritos y los ganadores no podrán cambiarlos o pedir su

reemplazo por otros o pedir su reembolso o pago equivalente en dinero.

XI. PUBLICIDAD.

Una vez conocida la identidad de los ganadores, Sernatur estará facultado para comunicar la identidad de éstos, en la forma que estime conveniente, resguardando y manteniendo en reserva los datos personales de conformidad a la Ley N° 19.628 de 1999 Sobre Protección de Datos de Carácter Personal.

Además, Sernatur podrá dar a conocer los contenidos de postulación, en cualquier medio de comunicación social y por cualquier medio digital institucional, incluyendo Internet, en los mismos términos postulados por el concursante.

Asimismo, Los ganadores deberán proporcionar imágenes de sus productos (y de sus establecimientos o negocios) y de ellos mismos (imagen propia) en alta calidad al Servicio Nacional de Turismo, cediendo por el solo hecho de participar en este concurso, los derechos de éstas, para ser utilizados en las comunicaciones y promoción turística y los demás fines que el Servicio estime necesarias.

XII. CONSULTAS.

Todas las consultas, preguntas o dudas que tengan los participantes acerca de las presentes bases, podrán realizarse a través correo electrónico, mediante el envío de un mensaje interno, hasta las 23:59 horas del 27 de agosto de 2022. Éstas deberán ser dirigidas al correo masvalorturistico@sernatur.cl y serán respondidas a más tardar el 03 de septiembre de 2022 por la misma vía.

XIII. RESPONSABILIDAD, ACEPTACIÓN Y RESERVA DE DERECHOS.

A. Responsabilidad y Aceptación.

El solo hecho de participar en este concurso, implica que el postulante conoce y acepta expresamente los Términos y Condiciones que se establecen en estas bases.

Se entenderá que todas las personas que, directa o indirectamente, toman parte como postulante o en cualquier otra forma en la presente convocatoria, han conocido y aceptado íntegramente estas bases, careciendo del derecho a deducir reclamo o acción de cualquier naturaleza en contra de SERNATUR y /o de quienes actúen en su nombre, ni pedir cambios de los premios que incluye.

Sernatur no será responsable en modo alguno de cualquier interrupción, corte y/o deficiencia que pudiera impedir o dificultar a los participantes el acceso y/o navegación por Internet, incluyendo la licencia

en los servidores, así como cualquier otra situación de este tipo.

Está prohibido y será anulado cualquier intento o método de participación en la convocatoria que se realice por cualquier proceso, técnica o mecánica de participación distinta a la detallada precedentemente o que implique fraude u otro similar.

B. Reserva de Derechos:

Se deja expresa constancia que Sernatur se reserva el derecho de:

- a) Verificar que el postulante que sea seleccionado cumpla los requisitos de estas bases.
- b) Recabar mayores antecedentes sobre las empresas y postulantes, consultando a instituciones o personas ajenas a las mismas.
- c) Iniciar las acciones legales que procedan en caso de detectar cualquier irregularidad durante la presente convocatoria.
- d) Suspender o modificar las presentes bases y la convocatoria o llamado al concurso ante eventos de caso fortuito o fuerza mayor, tales como fallas de equipos, errores de rotulación, disposiciones u órdenes de autoridad competente u otros, catástrofes, desórdenes públicos, o cualquier otro hecho no previsto que impidan su correcta ejecución o el logro de su objetivo.
- e) Aclarar algún contenido de estas bases, si se determinara que elementos de su contenido inducen a error. Las modificaciones serán publicadas en el sitio web institucional www.sernatur.cl, y se entenderá forman parte de estas bases desde la fecha de su publicación.
- f) Prorrogar el plazo de vigencia de la convocatoria o el plazo para presentar las postulaciones, lo que cual deberá ser publicado en el sitio web institucional www.sernatur.cl. y/u otras institucionales que determine Sernatur.
- g) Utilizar, gratuitamente, la información y resultados generados a partir de la realización del concurso.
- h) Solicitar mayores antecedentes a los postulantes, siempre y cuando estos hayan postulado dentro de plazo y enviado adecuadamente el formulario y los archivos adjuntos solicitados.
- i) Para el caso de postulaciones incompletas, Sernatur se reserva el derecho de contactar a los postulantes para aclarar ciertos aspectos relacionados con los contenidos de su postulación.
- j) Resolver cualquier situación no prevista en estas Bases previa consulta a la Subdirección de Desarrollo del Servicio Nacional de Turismo.
- k) Iniciar las acciones legales que procedan en caso de detectar cualquier irregularidad durante la presente Convocatoria.
- l) Reasignar los premios en los casos que los acreedores no cumplan con lo previsto en estas bases o por cualquier causa que fuere no lo aceptaren.

XIV. DERECHO DE NO ADJUDICACIÓN DEL PREMIO Y DEL TÉRMINO ANTICIPADO DEL

CONCURSO.

Sernatur se reserva el derecho de no adjudicar, ni entregar el/los premios, cuando no se dé estricto cumplimiento a lo preceptuado en las presentes bases o los seleccionados como ganadores no cumplan con los requisitos para participar en el concurso o estén incluidos en alguna de las causales de eliminación de participantes señaladas en la cláusula octava de este instrumento.

Sernatur se reserva el derecho de finalizar anticipadamente o postergar este concurso, por razones de caso fortuito o fuerza mayor o cualquier otra no imputable a este Servicio que impida su cumplimiento, informando en tal caso la causa por la que no se llevará a efecto el concurso a las concursantes, a través de sus páginas de internet y correos dirigidos al que hayan registrado los candidatos en su postulación, lo que no generará responsabilidades de ningún tipo, ni derecho a indemnizaciones ni compensaciones de ninguna naturaleza a favor de terceros por parte de Sernatur.

XV. LEGISLACIÓN APLICABLE Y PRÓRROGA DE COMPETENCIA.

Para todos los efectos legales las presentes Bases se rigen por la Ley chilena, y cualquier disputa con respecto a las mismas será conocida por los Tribunales Ordinarios de Justicia de la comuna de Santiago, prorrogándose la competencia ante y para ante estos Tribunales.

2° PUBLÍQUESE el texto de las bases del concurso **“CONCURSO PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO 2022”** aprobadas por el presente acto administrativo una vez que se encuentre totalmente tramitado, y una copia del mismo, en la página web de Sernatur www.sernatur.cl.

3° PUBLÍQUESE una copia del presente acto administrativo en el portal Gobierno Transparente del Servicio Nacional de Turismo, en virtud de lo establecido en el artículo 7° de la Ley N° 20.289.

[1] <https://www.unwto.org/es/news/24-asamblea-general-de-la-omt-unidad-resiliencia-y-determinacion-del-turismo>

[2] Decreto 47 del MINSAL.

[3] Introducción al Turismo, Organización Mundial de Turismo (1998).

[4] De acuerdo al acercamiento a la definición de producto turístico innovador propuesta por Sernatur en la publicación “Productos Turísticos Innovadores, Casos de éxito” (2016).

[5] “Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos” (2018).



ANÓTESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.

Distribución:

- Oficina de Partes
- Subdirección de Desarrollo



Documento firmado electrónicamente por:

BEATRIZ ANDREA ROMAN ALZERRECA

Fecha Firma: 28-07-2022

Código de verificación: 840375030800

Este documento incorpora una firma electrónica avanzada según lo indica la ley No19.799. Su validez puede ser consultada en el sitio https://sigedoc.sernatur.cl/web_verificador/ usando el código de verificación indicado, o a través del siguiente código QR:

