

BASES DE POSTULACIÓN ACCIONES COOPERADAS MICE 2026

1. ANTECEDENTES

El presente documento define los lineamientos para la postulación de acciones cooperadas de promoción turística internacional, mediante un marco regulador para la convocatoria realizada por SERNATUR.

2. OBJETIVO

El Programa de Promoción Turística Internacional tiene como objetivo principal diversificar la oferta turística de Chile a nivel global, mediante el impulso de acciones estratégicas que fortalezcan el posicionamiento del país en segmentos claves. En este marco, el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) constituye una prioridad estratégica, dado su alto gasto promedio, su capacidad de generar viajes fuera de temporada alta y su impacto positivo en múltiples sectores de la economía local.

A través de mecanismos orientados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, se busca posicionar a Chile como un destino competitivo para reuniones corporativas, congresos, ferias internacionales y viajes de incentivo, destacando su infraestructura, conectividad, oferta de experiencias y estándares de servicio. El desarrollo del turismo MICE contribuye además a fortalecer la imagen país, atraer visitantes de mayor valor y generar encadenamientos productivos en los territorios.

Para abordar estos desafíos, SERNATUR ha definido distintas líneas de promoción turística internacional, entre las cuales se encuentra el financiamiento de acciones cooperadas. Mediante estas acciones, ejecutadas por empresas del rubro turístico y cofinanciadas hasta con un 50% de aporte público, se busca: a) fortalecer el ecosistema turístico MICE y la competitividad de su cadena de valor, involucrando activamente al sector privado en la promoción internacional; b) potenciar la cooperación con actores estratégicos de la industria; c) contribuir a dar visibilidad a destinos y experiencias con potencial para el segmento MICE; y d) generar iniciativas que ayuden a disminuir la estacionalidad del turismo y a maximizar su impacto económico para el país.

3. LINEAMIENTOS

De acuerdo con las recomendaciones realizadas en el Plan de Marketing Turístico Internacional vigente, las acciones en los diversos mercados internacionales deberán considerar los siguientes lineamientos base que servirán para orientar cada una de las propuestas y la consiguiente ejecución

de aquellas que resulten seleccionadas:

- Fomentar la promoción de Chile como destino turístico.
- Impulsar acciones dirigidas a segmentos de mercado estratégicos.
- Asegurar la coherencia de las acciones con la identidad y posicionamiento del destino.
- Garantizar una adecuada relación costo-beneficio de las estrategias implementadas.
- Generar un impacto medible y sostenible en el tiempo.
- Desarrollar, en lo posible, acciones tendientes a aplanar la curva de la estacionalidad, romper estacionalidad y la diversificación de destinos turísticos.
- Desarrollar alianzas estratégicas con actores relevantes del sector turístico.
- Aprovechar las tendencias del mercado y la digitalización para la promoción.
- Incluir métricas de rendimiento y evaluación de impacto en todas las acciones.
- Priorizar estrategias según las oportunidades del mercado MICE.

4. ACCIONES DE PROMOCIÓN

Se entenderá por acciones de promoción financiables a través de estas campañas las siguientes actividades:

- I. Campañas comunicacionales de promoción y difusión de la oferta Turística de Chile (online – offline) en territorio internacional.
- II. Viajes de familiarización (Fam Trips a casas de incentivos, asociaciones profesionales, operadores especializados en turismo MICE o tomadores de decisión), visitas de inspección o giras técnicas.
- III. Capacitaciones en Mercados Internacionales.
- IV. Workshop o Roadshow para Mercados Internacionales.

A continuación, se presenta el detalle de cada acción cooperada:

- i. **Campañas comunicacionales de promoción y difusión de la oferta turística de Chile en el segmento MICE (online – offline) en territorio internacional:** Se podrán ejecutar estrategias de comunicación y marketing para mejorar la visibilidad del destino en segmentos clave y/o mercados priorizados. Esto podrá incluir compra de espacios publicitarios en prensa escrita, inversión en publicidad digital, campañas mixtas en revistas para el segmento corporativo, desarrollo de material promocional audiovisual. Estas acciones podrán ser cofinanciadas, siempre que no formen parte de las campañas comunicacionales desarrolladas por SERNATUR.
- ii. **Viajes de familiarización (Fam Trips), visitas de inspección o giras técnicas:** A través de experiencias directas, se busca fortalecer la promoción del destino mediante la visita de

DMC con componente MICE, casas de incentivo, asociaciones profesionales, tomadores de decisión u OPC a nuestro país para conocer destinos, experiencias, infraestructura y proveedores nacionales, para la realización de Congresos, convenciones y viajes de incentivo internacionales. Dentro de este componente podrá incluirse la realización de una instancia B2B en territorio nacional. Estas acciones podrán ser cofinanciadas, siempre que no formen parte del calendario oficial de SERNATUR.

- iii. **Capacitaciones en Mercados Internacionales:** Sesiones formativas dirigidas a DMC con componente MICE, casas de incentivo, asociaciones profesionales, tomadores de decisión u OPC. otros actores clave en mercados estratégicos. Estas capacitaciones podrán incluir presentaciones sobre el destino, seminarios web, encuentros presenciales y actividades de formación en colaboración con asociaciones turísticas, cámaras de comercio, asociaciones internacionales, entre otros. Su objetivo es mejorar el conocimiento sobre la oferta turística chilena en el segmento MICE y fortalecer su comercialización en el extranjero. Estas acciones podrán ser cofinanciadas, siempre que no formen parte del calendario oficial de SERNATUR.
- iv. **Roadshow para Mercados Internacionales:** Evento turístico que apunta a la industria turística y profesionales del sector y que se realiza en varias ciudades consecutivas. El formato base consta de reuniones B2B, capacitación de destino y evento de networking.
- v. **Workshop para Mercados Internacionales:** Evento turístico que apunta a la industria turística y profesionales del sector y que se realiza en una sola ciudad. El formato base consta de reuniones B2B, capacitación de destino y evento de networking.

Cada propuesta podrá seleccionar una o varias de estas acciones, asegurando la máxima efectividad en función del segmento y/o mercado y los objetivos establecidos.

5. POSTULANTES

Podrán postular entidades nacionales, en adelante “**el postulante**”. Para poder postular, dicha entidad deberá acreditar tener un giro ligado al rubro turístico, de organización de eventos/ferias o agentes corporativos y encontrarse debidamente constituida y vigente en el país.

Ejemplos de entidades postulantes:

- Aerolíneas
- DMC
- Convention Bureau
- Gremios o asociaciones (cámaras de turismo, corporaciones de turismo regional, entre otros agentes privados)

- Casas de incentivo
- OPC
- Centros de Convenciones
- Entre otros

6. PROPUESTA TECNICA

Para postular, se debe presentar los siguientes documentos:

- i. Ficha Técnica: según Anexo N°1
- ii. Documento PDF con información del postulante: principales clientes o público objetivo, años de experiencia, objetivos estratégicos o misión del postulante, principales productos y/o programas, principales mercados en los que opera para el segmento MICE.
- iii. Excel con detalle gastos asociados al financiamiento público y privado.
- iv. Carta Gantt: Cronograma de Acciones e hitos de pago, el que será validado y aprobado en conjunto una vez adjudicado el proyecto.

7. REQUISITOS EXCLUYENTES:

- No se acepta apalancamiento de otras fuentes de financiamiento público como parte del aporte privado.
- No se acepta más de una propuesta por postulante.
- Presupuesto máximo por acción cooperadas y aporte de SERNATUR será el indicado en la tabla del punto 7 del presente documento.

8. PLAZOS

A continuación, se presentan todos los plazos asociados al proceso de selección de propuestas de acciones cooperadas:

ACTIVIDAD	PLAZOS
Envío Bases postulación	23 de febrero de 2026
Jornada de capacitación sobre postulación y requisitos	09, 10 y 11 de marzo de 2026, en horario a definir
Fecha cierre	30 de abril de 2026
Proceso evaluación y pre-selección	04 al 08 de mayo de 2026
Reunión inicial proyectos pre-seleccionados	11 al 20 de mayo 2026
Ejecución	Junio de 2026 a noviembre de 2026

*Aquellos proyectos seleccionados que no participen en la reunión inicial y/o no cumplan con las adecuaciones solicitadas durante la reunión inicial del proyecto no serán adjudicados.

La reunión inicial marca el comienzo una **etapa de adecuación técnica** de los proyectos. Su propósito es asegurar que la propuesta preseleccionada sea viable operativamente y mantenga una coherencia estricta con las estrategias de promoción país definidas por el SERNATUR.

Durante este hito, se revisará la capacidad del postulante para ejecutar las acciones **presentadas de manera eficiente y garantizando la optimización de recursos Sernatur podrá, además, solicitar adecuaciones a los proyectos pre-seleccionados**. Es fundamental destacar que la adjudicación final de fondos está supeditada al cumplimiento exitoso de esta etapa.

Los proyectos deberán prever para su ejecución el plazo necesario para el logro de sus objetivos, que, en cualquier caso, no podrá exceder la fecha límite fijada en la convocatoria.

La duración de las acciones cooperadas deberá quedar estipulada en la propuesta realizada por cada uno de los postulantes y deberá ejecutarse entre los meses de junio y noviembre 2026.

IMPORTANTE: El receptor de fondos públicos sólo podrá realizar gastos asociados a la ejecución del proyecto desde la fecha en que sea firmada la carta de compromiso entre el postulante y el SERNATUR.

9. MONTOS

Las propuestas presentadas serán cofinanciadas entre sector público y privado. SERNATUR financiará **como máximo el 50% del total de la acción cooperada propuesta de acuerdo con los montos indicados en la tabla N°1.**

Se debe considerar dentro de la planificación que las acciones a ejecutar hasta noviembre 2026 serán consideradas dentro del presupuesto disponible para el año 2026.

Tabla N°1- Distribución de presupuestos por segmento, considerando que estos serán los montos máximos disponibles:

Segmento	Presupuesto Total Mínimo	<i>Monto máximo por propuesta a financiar por SERNATUR</i>
Asociativo	\$40.000.000	<i>\$20.000.000</i>
Incentivo	\$60.000.000	<i>\$30.000.000</i>

Se adjudicarán propuestas hasta utilizar el monto total disponible. SERNATUR se reserva el derecho de reajustar los montos asignados por acción según disponibilidad presupuestaria.

El financiamiento público se enterará a través de la respectiva licitación vigente del Servicio Nacional de Turismo.

El postulante deberá presentar con una anticipación de 60 días el detalle de proveedores a pagar, mediante Formulario de Inscripción de Proveedores (Anexo N°4).

SERNATUR dispondrá de 10 días hábiles para aprobar o solicitar modificaciones.

Una vez aprobado el proveedor, naturaleza del gasto y monto, se solicitará factura, *invoice*, boleta o reserva, para solicitar el pago al proveedor.

Una vez ingresado el documento, el pago se hará efectivo dentro de los 45 días siguientes a su recepción conforme.

10. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A continuación, se detallan las especificaciones técnicas relevantes para la postulación de las acciones cooperadas:

10.1. Gastos Financiables

Podrán ser financiados con aporte público y/o privado los gastos asociados a:

- **Gastos en medios de Publicidad y Difusión:** Gastos referidos a la compra de servicios publicitarios y de difusión tales como, insertos en periódicos y revistas, inversión en plataformas on-line, entre otros. **Comisión o fee de las agencias de publicidad o RRPP, productora, u otra aprobada en el proyecto.**
- 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, y cualquier otro soporte y/o medio que podría ser calificado de medios propios. (Estas acciones sólo podrán financiarse con aporte privado).

- **Arriendo de Espacios:** estos gastos se asocian a arriendos de espacios físicos, *venues*, salones o similar, que se requieran para la ejecución de las acciones propuestas, siempre que estas actividades no sean parte del calendario oficial de SERNATUR.
- **Gastos en logística general:** corresponden a gastos por acciones de apoyo a actividades de promoción, tales como: arriendo mobiliario, arriendo de amplificación, equipo de proyección e iluminación, servicio de audiovisuales, servicio de catering, servicio de convocatoria, arriendo de plataformas digitales, entre otros. Se incurre en este gasto cuando el postulante incluye en sus actividades la participación y/u organización de capacitaciones, siempre que estas actividades no sean organizadas por 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 organizadas por SERNATUR.
- **Viajes de familiarización:** Se refiere a gastos asociados a la organización de viajes de familiarización para DMC con componente MICE, casas de incentivo, asociaciones profesionales, tomadores de decisión u OPC, estos gastos incluyen: **(Estos gastos sólo podrán financiarse con aporte privado a excepción de los pasajes aéreos internacionales).**
 - Pasajes aéreos o terrestres de los invitados
 - Alojamiento y alimentación para los invitados durante la estadía
 - Transporte local para las actividades programadas, entradas y acceso a actividades turísticas dentro del itinerario.
 - Servicios de guía turístico o anfitrión especializado.
 - Cualquier otro gasto necesario para la realización efectiva del viaje, sujeto a la aprobación de SERNATUR.

Por otra parte, los gastos en viáticos, pasajes, traslados o cualquier otro ítem relacionado a la participación del o los postulantes y/o sus socios comerciales, deberán ser cubiertos con aportes privados.

11. Gastos No Financiados (no pueden incluirse en las propuestas)

No serán financiados, y por ende será responsabilidad de la empresa postulante asumir de manera independiente, los gastos asociados a:

- Costos de elaboración y presentación de la propuesta
- Comisiones por incentivo a venta de agentes de viaje.
- 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
- Seguros personales distintos a seguro de asistencia en viaje
- Primas o cuotas por pólizas de seguro
- 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)
- Imprevistos

12. LINEAMIENTOS GRÁFICOS

Las gráficas que se desarrollen en el marco del presente concurso deberán cumplir con el manual de marca **Chile.Travel** vigente. En cada acción debe estar presente la marca *Chile.Travel*, la cual deberá tener como mínimo la misma presencia que cada una de las otras marcas presentes.

La publicidad en medios online comprometida deberá implementar los códigos y/o mecanismos de seguimiento y verificación de impresiones y/o *clicks* en caso de que SERNATUR lo solicite. De requerir la colaboración con las plataformas de *Chile Travel*, se deberán coordinar con el equipo de SERNATUR.

Importante: Se debe recordar que toda pieza gráfica debe ser previamente aprobada por SERNATUR.

13. POSTULACIÓN

Cada postulante podrá presentar una única propuesta, pudiendo esta ser en asociatividad con otros actores de la industria, tales como Aerolíneas, DMC con componente MICE, Convention Bureau, gremios o asociaciones (cámaras de turismo, corporaciones de turismo regional, entre otros agentes público/privados), Casas de incentivo, Agentes corporativos.

Las propuestas deberán ser enviadas al siguiente correo: mice@chile.travel y deberá indicar en el asunto del correo: Nombre de la propuesta + Nombre postulante, dentro del plazo señalado en el respectivo aviso de convocatoria del concurso.

14. EVALUACIÓN

Los postulantes que tengan interés en postular una acción cooperada **deberán** completar y enviar la documentación solicitada en el **punto 6. Propuesta técnica**.

La comisión evaluadora será compuesta por:

- Jessica Canelo, Subdirectora de Marketing
- Andrea Valenzuela, Encargada de Mercados de la Subdirección de Marketing
- Claudio Sances, Encargado/a de mercado MICE.

O por quienes los subroguen o reemplacen.

Cerrado el proceso de postulación SERNATUR realizará un examen de las postulaciones recibidas estableciendo al efecto:

- Las que hayan acompañado los antecedentes de postulación indicados en el punto 6.
- Las que se hayan ajustado al monto de financiamiento público indicado en el punto 9.

La comisión evaluadora podrá, durante el plazo de evaluación, solicitar aclaraciones a las propuestas siempre y cuando estas no modifiquen los montos ni objetivo de la acción.

14.1. Criterios de Evaluación

Criterio de Evaluación	Escala de Puntuación	Ponderación
Criterio N°1. Porcentaje de Aporte Se evaluará el porcentaje de financiamiento privado que el postulante compromete a aportar para la acción.	Nota 1. Aporta el 50% del valor total de la acción Nota 3: Aporta entre el 51% y el 60% del valor total de la acción Nota 5: Aporta sobre el 61% del valor total de la acción	15%
Criterio N°2: Documentación Se evaluará que los postulantes presenten toda la documentación requerida verificando que se cumpla con los requisitos establecidos en el punto 10 del presente documento de convocatoria.	Nota 0. No presenta la propuesta dentro del plazo de postulación y/o no cumple a cabalidad con lo solicitado. Nota 3. Presenta propuesta incompleta, pero presenta respuesta a aclaraciones solicitada por la comisión evaluadora. Nota 5. Presenta propuesta completa dentro de los plazos establecidos.	5%

Criterio N°3. Representatividad: Se evaluará la participación y colaboración de los actores de la cadena comercial chilena, como hoteles, productos, servicios, aerolíneas, entre otros, teniendo como foco la diversificación de la oferta.	Nota 1: No considera la participación otros actores de la cadena comercial chilena. Nota 5: Considera la participación de uno o más actor(es) de la cadena comercial chilena.	25%
Criterio N°4. Calidad técnica de la propuesta Se evaluará la calidad técnica de la propuesta presentada, según los siguientes puntos: i. Alineación de la propuesta con las estrategias del Plan de Marketing Turístico Internacional, con énfasis en el segmento MICE. ii. Coherencia de la propuesta con el plan de acción presentado. iii. Pertinencia de la propuesta e idoneidad para el segmento MICE, elementos diferenciadores de la propuesta que eventualmente influenciarán a los tomadores de decisión para definir Chile como su próximo destino para la realización de Congresos/convenciones/seminarios y viajes de incentivo de acuerdo con sus respectivos mercados. IV. Segmentación de Mercado y Público Objetivo, incluye un análisis claro del segmento MICE en el mercado al que se dirige)	Nota 0. No cumple en lo absoluto con el criterio evaluado Nota 1. No cumple íntegramente con el criterio evaluado Nota 3. Cumple con criterio evaluado Nota 5. Cumple a cabalidad con criterio evaluado	40%
Criterio N°5. Estacionalidad Se evaluará que los postulantes presenten acciones que busquen romper la estacionalidad en los destinos.	Nota 1. No tiene como foco romper la estacionalidad Nota 5: Tiene como foco romper la estacionalidad	15%

15. Evaluación Final.

En este ítem la Comisión calculará los puntajes finales ponderados, sumando las notas ponderadas obtenidas, de acuerdo con el siguiente cuadro resumen:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Nota Obtenida	% Ponderación	Puntaje total máximo ponderado
Criterio N°1. Porcentaje de Aporte	0 a 5.0	15%	0.75
Criterio N°2: Documentación	0 a 5.0	5%	0.25
Criterio N°3. Representatividad	0 a 5.0	25%	1.25

Criterio N°4. Calidad técnica de la propuesta	0 a 5.0	40%	2.0
Criterio N°5. Estacionalidad	0 a 5.0	15%	0.75
Sumatoria Total		100%	5,0

16. Pre-selección de Proyectos

Una vez cerrado el período de postulación, la comisión evaluadora de SERNATUR revisará cada una de las propuestas y asignará puntajes de acuerdo con los criterios de evaluación. En base a ello, se procederá a ordenar las propuestas según el puntaje obtenido en orden decreciente (ranking). Posteriormente se seleccionarán las propuestas mejor evaluadas hasta agotar el presupuesto asignado al segmento respectivo. En caso de que dos o más proyectos de un mismo ranking resulten con igual calificación, la comisión revisará los puntajes de cada criterio de mayor a menor ponderación, desempataando según los puntajes más altos obtenidos por las propuestas en dichos criterios. En caso de mantenerse el empate, SERNATUR empleará el sistema de desempate a las propuestas que se enfoquen en las estrategias definidas en el Plan de Marketing Turístico Internacional vigente para el segmento MICE.

17. ADJUDICACIÓN

Una vez distribuidos los presupuestos, según la evaluación de las propuestas realizadas por la comisión evaluadora, se enviará por correo electrónico el acta de evaluación a los postulantes informando las propuestas pre-seleccionadas.

Posteriormente se coordinará una reunión inicial del proyecto entre el postulante y el equipo de Mercado MICE de SERNATUR. Esto con la finalidad de revisar, solicitar modificaciones y aprobar la planificación de la acción. Posterior a esto, se firmará una carta de compromiso que considerará la planificación de la acción, compromisos, y flujo de caja de acuerdo con las actividades aprobadas.

17.1 Reunión inicial de proyectos preseleccionados y adjudicación final

Una vez notificadas las propuestas pre-seleccionadas, se citará al postulante a una reunión **obligatoria inicial** con el equipo de Mercado MICE de SERNATUR, a realizarse entre el 11 y el 20 de mayo de 2026.

El objetivo de esta instancia es realizar el ajuste técnico y presupuestario final de la propuesta previo a la firma de la carta de compromiso.

Durante esta reunión, el postulante deberá presentar y validar los siguientes antecedentes

definitivos:

- 1. Plan de Trabajo Ajustado:** Carta Gantt detallada con fechas exactas de ejecución entre junio y noviembre de 2026.
- 2. Presupuesto Final y Flujo de Caja:** Desglose final de aportes públicos y privados, ajustado al monto adjudicado.
- 3. Alineación Estratégica:** Revisión final de las acciones de acuerdo con los pilares del Plan de Marketing Internacional (Audacia, Innovación, Optimización) y con los segmentos prioritarios (asociativo, incentivo), debiendo el postulante, realizar las adecuaciones que Sernatur solicite en caso de ser necesario.
- 4. Definición de KPIs:** Establecimiento de indicadores de rendimiento claros y metas cuantificables para medir el impacto de la acción.

17.2 Adjudicación final y firma de carta de compromiso

Tras la aprobación de esta etapa se procederá a la firma de la Carta de Compromiso que habilita el inicio de la ejecución y la rendición de gastos.

Aquellos proyectos que no cumplan con lo solicitado durante la reunión inicial no presenten la documentación ajustada a lo que solicite SERNATUR o cuyos representantes no asistan a la convocatoria, serán descartados, procediéndose a revisar los proyectos en lista de espera si correspondiera.

17.3 Modificaciones a las acciones durante el periodo de ejecución

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

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

Toda modificación deberá ser solicitada por escrito a SERNATUR para su evaluación y posterior aprobación o rechazo, el que deberá asimismo otorgarse por escrito.

18. SEGUIMIENTO EJECUCIÓN ACCIÓN COOPERADA

18.1 Reuniones de seguimiento

Estas reuniones permitirán monitorear la implementación del proyecto y realizar ajustes estratégicos sin afectar el presupuesto aprobado. Estas se definirán en la reunión de kick off una vez adjudicada la acción cooperada.

Las reuniones de seguimiento se realizarán en momentos clave del proyecto y la periodicidad estará mandatada por SERNATUR, asegurando que se pueda evaluar avances concretos y definir si es necesario implementar mejoras en la estrategia o realizar modificaciones en el plan de acción para la correcta ejecución.

19. Informe Final de Resultados

Cada proyecto postulado deberá **presentar un Informe Técnico de Resultados en un plazo máximo de 60 días hábiles posteriores a la finalización de la acción**, integrando los resultados en un solo documento estructurado, según el formato adjunto en el Anexo N°2.

El ejecutor deberá adjuntar medios de verificación según la naturaleza de cada acción, con la finalidad de respaldar cada etapa del proyecto y su correcta ejecución de acuerdo con el plan de acción validado por las partes.

20. TÉRMINO ANTICIPADO DE LA ACCIÓN

SERNATUR, se reserva el derecho de poner término anticipado a la campaña en caso de:

- No realizar las actividades contempladas en la propuesta dentro de los plazos estipulados en los documentos visados en reunión de kick off.
- Efectuar modificaciones en las actividades propuestas sin aprobación previa y formal de SERNATUR.
- Negar, dificultar u obstruir las labores de seguimiento del mandante (SERNATUR). Bajo este criterio se entenderá: a) atraso superior a 15 días calendario en la entrega de informes técnicos. b) ausencia de respuesta a consultas realizadas por el mandante a la entidad ejecutora en un plazo de 5 días hábiles. c) denegar o dilatar la entrega de material verificador. d) cualquier incumplimiento relacionado a la transparencia de control de gastos de la iniciativa.
- Si se acreditare la existencia de actos de corrupción de cualquier naturaleza en la ejecución de la campaña, 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, que tengan relación con la ejecución de las actividades del proyecto”. En este caso, además de poner término anticipado a la campaña, SERNATUR podrá remitir todos los antecedentes que obren en su poder a las autoridades judiciales y/o administrativas correspondientes.

En estos casos el postulante adjudicado tendrá un plazo máximo de 10 días hábiles a contar de la fecha de comunicación del término anticipado, para efectuar sus descargos, mientras, SERNATUR podrá resolver de manera unilateral el curso de acción a partir de los descargos presentados por el ejecutor.

21. CONFIDENCIALIDAD Y/O RESERVA DE LA INFORMACIÓN.

El postulante adjudicado y las empresas participantes de la campaña deberán guardar estricto control y reserva sobre la información y documentos a los que se tenga acceso durante y con posterioridad a la ejecución de la campaña. Cualquier documento de propiedad de SERNATUR, a los que se haya accedido de manera directa o indirecta a propósito de la ejecución de la acción, deberá ser devuelto por el contratado al finalizar su ejecución.

La transgresión a estos deberes será considerada como un incumplimiento grave de las obligaciones del adjudicatario, pudiendo SERNATUR poner término a la campaña.

Además, en cualquier momento SERNATUR podrá iniciar las acciones legales que correspondan tendientes a obtener la reparación de todos los daños o perjuicios causados, cualquiera sea su naturaleza: directos o indirectos, patrimoniales o extrapatrimoniales (daño moral), previstos o imprevistos, si del incumplimiento de esta obligación se derivaren daños para SERNATUR.

22. RESUMEN GENERAL

Personas que pueden postular	Podrán postular entidades nacionales, en adelante “el postulante” . Para poder postular, dicha entidad deberá acreditar tener un giro ligado al rubro turístico, de organización de eventos/ferias o agentes corporativos y encontrarse debidamente constituida y con registro vigente.
Financiamiento (% financiamiento público)	Máximo 50% de la propuesta
Número máximo de proyecto que puede postular el mismo postulante	Se podrá presentar máximo un proyecto por postulante.
Formato de postulación	i. Ficha Técnica: según Anexo N°1 ii. Documento PDF con información de postulante principales clientes o público objetivo, años de

	experiencia, objetivos estratégicos o misión del postulante, principales productos y/o programas, principales mercados en los que opera para el segmento MICE. iii. Excel con detalle gastos asociados al financiamiento público y privado. iv. Carta Gantt: Cronograma de Acciones e hitos de pago, el que será validado y aprobado en conjunto una vez adjudicado el proyecto. v. Documentos legales que permitan comprobar lo indicado en punto 5 Postulante: párrafo primero.		
Plataforma de postulación	Los postulantes deberán enviar la propuesta por correo, identificando en el cuerpo de este: - Empresa postulante - País al que se dirige la acción MCE - Monto total del proyecto - Contraparte de la empresa postulante con información de contacto.		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Nota Obtenida	% Ponderación	Puntaje total máximo ponderado
Criterio N°1. Porcentaje de Aporte	0 a 5.0	10%	0.5
Criterio N°2: Documentación	0 a 5.0	5%	0.25
Criterio N°3. Representatividad	0 a 5.0	25%	1.25
Criterio N°4. Calidad técnica de la propuesta	0 a 5.0	40%	2.0
Criterio N°5. Estacionalidad	0 a 5.0	20%	1.0
Sumatoria Total		100%	5,0

ACTIVIDAD	PLAZOS
Envío Bases postulación	23 de febrero de 2023
Jornada de capacitación sobre postulación y requisitos	09, 10 y 11 de marzo de 2026, en horario a definir
Fecha cierre	30 de abril de 2026
Proceso evaluación y pre-selección	04 al 08 de mayo de 2026
Reunión inicial proyectos pre-seleccionados	11 al 20 de mayo 2026
Ejecución	Junio de 2026 a noviembre de 2026

ANEXO N°1

FORMATO POSTULACIÓN ACCIONES COOPERADAS MICE 2026

ANTECEDENTES GENERALES	
NOMBRE POSTULANTE:	
Nombre del Representante:	
Contacto (email/celular)	
Sitio web:	
NOMBRE DEL SOCIO ESTRATEGICO:	(Repetir según sea el número de empresas chilenas participantes del proyecto)
Nombre del Representante:	
Contacto (email/celular)	
Sitio web:	

DESCRIPCIÓN ACCIÓN COOPERADA	
Nombre del Proyecto	
Monto total Inversión	
Monto total inversión SERNATUR	<i>Máximo 50%</i>
Descripción del proyecto	<i>Breve descripción del proyecto, empresas chilenas participantes, acciones a realizar, segmento de mercado objetivo (asociativo o incentivo), resumen de gastos.</i>
Objetivo del proyecto	<i>Indicar los objetivos del proyecto los que deberán ser SMART.</i> <i>Son metas que se establecen de manera clara y precisa, y que son fáciles de comunicar. SMART es un acrónimo que significa:</i> <i>Specific: Específico</i> <i>Measurable: Medible</i> <i>Achievable: Alcanzable</i> <i>Relevant: Relevante</i> <i>Time-bound: De duración limitada</i>
Foco del proyecto	<i>Debe indicar si es:</i> <i>-Awareness (Chile como destino de Congresos, convenciones, viajes de incentivo)</i> <i>-Incentivar venta</i>

	-Apertura de mercado asociativo e incentivo -Captación de eventos internacionales
Duración acción (Revisar punto N°8)	Consideraciones: -Periodo ejecución de acciones máximo hasta noviembre 2026.
Productos / Resultados estratégicos	Debe ser coherente con Plan de marketing y las Bases de Postulación de Acciones Cooperadas MICE. Ejemplos: % incremento venta. % incremento nuevos clientes.
Destino(s) Turístico (s) Impactado(s)	
MERCADO (Europa, Norteamérica, Latinoamérica, Lejanos)	
PAÍS/PAÍSES:	
KPI de medición de resultados esperados /metas	

ANEXO N°2

FORMATO INFORME RENDICIÓN MENSUAL

I. Resumen Ejecutivo	
Ejecutor de la iniciativa	
Responsable técnico del informe	
Periodo que reporta	
Antecedentes del Proyecto	(Descripción del proyecto, Número de empresas chilenas participantes o beneficiarias, debidamente individualizadas, Objetivos propuestos, KPIs proyectados)
Planificación de la acción de acuerdo con la postulación adjudicada	- Estrategia y plan de acción - Cronograma de ejecución
Avance técnico en el periodo reportado	- Actividades realizadas en el periodo. - Indicar cualquier cambio o modificación en el cronograma (todos

	<i>los cambios deben haber sido validados por Sernatur).</i>
Resultados y KPIs del periodo	
Conclusiones y Recomendaciones	- <i>Evaluación global del impacto del proyecto.</i>

II. Aporte Público Aprobado	
XXXXX	Xxxxx
XXXXX	Xxxxx
XXXXX	xxxxx
Total aprobado	xxxxxxx

III. Cuadro de control del gasto por ítem				
Ítem	Presupuesto disponible	Total ejecutado en el mes a reportar	Total acumulado a la fecha	Saldo disponible por ejecutar
Xxxxx				
Xxxxx				
Xxxxx				
xxxxx				

IV. Avance técnico de la iniciativa		
Componentes de la iniciativa	Porcentaje de avance a la fecha del informe	Porcentaje total de cumplimiento
Acción 1		
Acción 2		
Acción 3		

V. Verificadores del periodo

ANEXO N°3

FORMATO INFORME RENDICIÓN FINAL

I. Resumen Ejecutivo	
Antecedentes del Proyecto	<i>(Descripción del proyecto, Número de empresas chilenas participantes o beneficiarias, debidamente individualizadas, Objetivos propuestos, KPIs proyectados)</i>
Planificación de la acción de acuerdo con la postulación adjudicada	- Estrategia y plan de acción - Cronograma de ejecución
Ejecución del Plan de Acción	- Actividades efectivamente realizadas - Cambios en la estrategia y justificación de modificaciones aprobadas por SERNATUR
Resultados y KPIs	
Rendición de Gastos	
Conclusiones y Recomendaciones	- Evaluación global del impacto del proyecto. - Aprendizajes y sugerencias para futuras acciones.

II. Aporte Público Aprobado	
xxxxx	Xxxxx
xxxxx	Xxxxx
xxxxx	xxxxx
Total aprobado	xxxxxx

III. Cuadro de control del gasto por ítem			
Ítem	Presupuesto disponible	Presupuesto ejecutado	Saldo
Xxxxx			
Xxxxx			
Xxxxx			
xxxxx			

IV. Reporte técnico de la iniciativa		
Componentes de la iniciativa	Porcentaje de cumplimiento alcanzado	Porcentaje total de cumplimiento requerido
Acción 1		
Acción 2		
Acción 3		

I. Verificadores de la iniciativa

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE PROVEEDORES

I. INFORMACIÓN	
Nombre Proveedor	
Razón social del proveedor	
Rut del proveedor	
Banco	
Tipo de cuenta	
Número de cuenta	
Correo de contacto	