

I. PERFIL DE SELECCIÓN

Fecha de Aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 22-05-2012

**DIRECTOR/A NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO – SERNATUR**

1. REQUISITOS LEGALES

Estar en posesión de un título profesional de una carrera de, a lo menos, 10 semestres de duración otorgado por una Universidad o Instituto profesional del Estado o reconocido por éste, o aquellos validados en Chile de Acuerdo a la legislación vigente, y acreditar una experiencia profesional mínima de 5 años; o

Título profesional de una carrera de, a lo menos, 8 semestres de duración otorgado por una universidad o instituto profesional del Estado o reconocido por éste, o aquellos validados en Chile de acuerdo a la legislación vigente, más grado académico de Magíster o superior, y experiencia profesional mínima de 5 años

Fuente: Artículo 2°, del DFL N° 1, de 01 de febrero de 2011, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

2. ATRIBUTOS PARA EL EJERCICIO DEL CARGO

FACTOR PROBIDAD

Capacidad para conducirse conforme a parámetros de probidad en la gestión de lo público, e identificar conductas o situaciones que pueden atentar contra tales parámetros. Capacidad para identificar y aplicar estrategias que permitan fortalecer estándares de transparencia y probidad en su gestión y métodos de trabajo idóneos para favorecerlas.

| DESCRIPCIÓN | PONDERADOR |
|---|------------|
| A1. VISIÓN ESTRATÉGICA | 10 % |
| A2. GESTIÓN Y LOGRO | 25 % |
| A3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES | 20 % |
| A4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS | 5 % |
| A5. LIDERAZGO | 20% |
| A6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD | 10 % |
| A7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS | 10 % |

DICCIONARIO DE ATRIBUTOS

1. VISIÓN ESTRATÉGICA

Capacidad para detectar y comprender las señales sociales, económicas, tecnológicas, culturales, de política pública y políticas del entorno local y global e incorporarlas de manera coherente a la estrategia institucional.

Habilidades para analizar las variables que influyen directa e indirectamente en el ámbito turístico nacional e internacional, y estar alerta a la promoción y fomento de las actividades turísticas.

2. GESTIÓN Y LOGRO

Capacidad para orientarse al logro de los objetivos, seleccionando y formando personas, delegando, generando directrices, planificando, diseñando, analizando información, movilizándolo recursos organizacionales, controlando la gestión, sopesando riesgos e integrando las actividades de manera de lograr la eficacia, eficiencia y calidad en el cumplimiento de la misión y funciones del Servicio Nacional de Turismo, traduciéndose en un mejoramiento continuo de la gestión institucional y coordinación del plan de acción de turismo, orientado a la satisfacción de todos los usuarios.

Se valorará contar con experiencia de a lo menos 5 años en cargos de dirección o gerencia.

3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES

Capacidad para identificar a los actores involucrados (stakeholders) y generar las alianzas estratégicas necesarias para agregar valor a su gestión y/o para lograr nuevos resultados interinstitucionales, así como gestionar las variables y relaciones del entorno que le proporcionan legitimidad en sus funciones. Capacidad para comunicar oportuna y efectivamente lo necesario para facilitar su gestión institucional y afrontar, de ser necesario, situaciones críticas.

Esto exige al alto directivo, establecer vínculos estratégicos oportunos y permanentes con otras instituciones del Estado, en especial con autoridades regionales, entidades privadas, organismos internacionales, entre otros, que permitan llevar a cabo coordinaciones destinadas a mejores prácticas y resultados de calidad en las actividades turísticas.

4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS

Capacidad para identificar y administrar situaciones de presión, contingencia y conflictos y, al mismo tiempo, crear soluciones estratégicas, oportunas y adecuadas al marco institucional público.

5. LIDERAZGO

Capacidad para generar compromiso de los funcionarios/as y el respaldo de las autoridades superiores para el logro de los desafíos de la Institución. Capacidad para asegurar una adecuada conducción de personas, desarrollar el talento, lograr y mantener un clima organizacional armónico y desafiante para el logro de los planes de acción de la institución.

6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD

Capacidad para transformar en oportunidades las limitaciones y complejidades del contexto e incorporar en los planes, procedimientos y metodologías, nuevas prácticas tomando riesgos calculados que permitan generar soluciones, promover procesos de cambio e incrementar resultados.

7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS

Deseable poseer conocimientos y/o experiencias en materias vinculadas con la implementación y gestión de proyectos simultáneos y diversos, de dimensiones y complejidades semejantes a las del cargo.

Se valorará poseer dominio del idioma inglés nivel intermedio

II. DESCRIPCIÓN DE CARGO

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

| | |
|--------------------|---|
| Nivel Jerárquico | I Nivel Jerárquico |
| Servicio | Servicio Nacional de Turismo |
| Dependencia | Ministro de Economía, Fomento y Turismo |
| Ministerio | Ministerio de Economía, Fomento y Turismo |
| Lugar de Desempeño | Santiago |

2. PROPÓSITO DEL CARGO

MISIÓN

Al/a la Director/a Nacional del Servicio Nacional de Turismo le corresponde promover y gestionar el desarrollo y sustentabilidad de la actividad turística de Chile, implementando la política nacional en esta materia, para consolidar la oferta y demanda turística en el país y facilitar la accesibilidad al turismo nacional e internacional.

FUNCIONES ESTRATÉGICAS

Al asumir el cargo de Director/a Nacional del Servicio Nacional de Turismo, le corresponderá desempeñar las siguientes funciones:

1. Gestionar la coordinación de los planes y programas de desarrollo turístico nacional, en conformidad con la política y planes nacionales de desarrollo.
2. Promover y gestionar alianzas o clusters público-privados, impulsando el turismo interno y receptivo.
3. Potenciar la captación de nuevos segmentos de mercado capaces de acelerar el crecimiento turístico, reducir la estacionalidad de la actividad, desconcentrar territorialmente la

oferta y potenciar la competitividad empresarial regional y nacional.

4. Garantizar el acceso a la información con oportunidad y calidad, para contribuir a la orientación del consumo y al desarrollo de la industria.

5. Potenciar la competitividad y transparencia del mercado turístico para el beneficio de los turistas nacionales y extranjeros, de los prestadores de servicios turísticos, comunidades locales y al país en su conjunto.

6. Impulsar los programas de turismo social para contribuir al desarrollo de la actividad turística e incrementar el acceso al turismo de la población.

DESAFÍOS DEL CARGO

El/ La Director/a Nacional deberá asumir los siguientes desafíos:

- Apoyar a la subsecretaría de Turismo en la implementación de la estrategia Nacional de Turismo y el cumplimiento de las metas que plantea.
- Lograr que la visita de turistas extranjeras al 2014 alcance los 4 millones anuales, cifra que el año 2011 alcanzó los 3 millones anuales.
- Rediseñar, en coordinación con organismos competentes, la estrategia de posicionamiento en el ámbito internacional; especificando la confiabilidad de la oferta turística exportable fortaleciendo la marca turística "Chile".
- Rediseñar la estrategia de promoción y marketing de Turismo Interno para incrementar la demanda de turistas nacionales.
- Implementar un sistema de calidad y certificación para los prestadores y operadores de servicios turísticos que contemple una mejor identificación de nichos turísticos.
- Realizar un rediseño del Plan de Acción de Turismo, para el fortalecimiento de la oferta turística de Chile.

3. ORGANIZACIÓN Y ENTORNO DEL CARGO

CONTEXTO DEL CARGO

El Servicio Nacional de Turismo se creó el 8 de noviembre de 1975, con el objeto de investigar, planificar, fomentar, controlar, promover y coordinar la actividad turística. Antecedentes legales del Servicio Nacional de Turismo fueron la Dirección de Turismo y los Consejos Regionales de Turismo creados por el D.F.L 355 de 5 de abril de 1960, y por la Ley 17.169, de 13 de agosto de 1969.

La creación del Servicio Nacional de Turismo se enmarca en la importancia del desarrollo de la actividad turística en Chile como

elemento que contribuye al desarrollo económico, social y cultural del país. Reconociendo la importancia de las regiones, que son en gran parte el lugar de desarrollo del turismo, la estructura organizacional consideró una Dirección Nacional, radicada en Santiago, y una Dirección Regional de Turismo en cada región del país.

La misión institucional es “Fomentar y consolidar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país, estimulando y coordinando el trabajo público privado, promoviendo y desarrollando el turismo interno y receptivo con estándares de calidad sustentados en las normas chilenas, implementando programas especiales que contribuyan a la consolidación de la oferta y demanda turística, que permitan la accesibilidad del turismo a la ciudadanía, aportando al desarrollo económico y social del país”.

El aporte del turismo a la economía de Chile es cada día más relevante. En la actualidad, el 3,2% del Producto Interno Bruto (PIB).

Esta realidad llevó al Ejecutivo a enviar al Congreso en enero de 2008 un proyecto de ley que tras dos años de trámite legislativo fue promulgado el 4 de febrero de 2010, consolidando la esperada Ley de Turismo 20.423.

La ley considera el turismo como una actividad “estratégica” para el país, y por ello la dota de una nueva institucionalidad, con la creación de un Comité Ministerial y una Subsecretaría, entre otros; la creación de un sistema de clasificación, calidad y seguridad de los servicios turísticos, el establecimiento de Zonas de Interés Turístico y una reglamentación para el uso turístico de las Áreas Silvestres Protegidas que sean propiedad del Estado.

Por primera vez se hablará de una Política Nacional de Turismo, que tendrá una especial consideración por el rol de las regiones y las comunas en ella, y que buscará fomentar los programas sociales que estimulen la inversión, la creación de empleo y el surgimiento de PYMES.

Los desafíos institucionales son los siguientes:

1. Implementación de un sistema de clasificación de operadores turísticos siguiendo estándares internacionales. Este sistema permitirá reducir las asimetrías de información que enfrentan los turistas, especialmente extranjeros, fomentando la competencia y subiendo los estándares de calidad de los servicios.
2. Ejecutar el programa de fomento al turismo creado para fortalecer la actividad turística; para lo cual incrementa y diversifica la oferta internacional de intereses especiales, haciendo inversiones públicas en distintos sectores del país de manera de generar condiciones que incentiven la inversión privada. Además y con el mismo propósito se invierte en acciones para el fortalecimiento de la competitividad empresarial, potenciando y cofinanciando iniciativas de gestión y comercialización de tipo asociativo.

3. Fortalecimiento institucional. Fortalecer la institucionalidad del sector, radicada en SERNATUR, de manera que sea un agente con las capacidades necesarias para liderar el desafío planteado, en lo referente a la implementación de la política Nacional del turismo, con un énfasis particular en su capacidad para emprender alianzas público-privadas.

Finalmente, es importante señalar los cargos en el Servicio Nacional de Turismo que están adscritos al Sistema de Alta Dirección Pública, estos son:

- Segundo nivel jerárquico: Subdirector de Marketing, Subdirector de Desarrollo, Subdirector de Estudios, Fiscal y 15 Directores/as Regionales.

BIENES Y/O SERVICIOS

Los productos y servicios que el Servicio Nacional de Turismo entrega a los ciudadanos son los siguientes:

Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos: El sistema de calidad para los servicios turísticos constituye una de las líneas de trabajo desarrolladas por el sector y dirigida a mejorar la oferta de los servicios turísticos a través del cumplimiento voluntario de estándares de calidad establecidos en normas técnicas que han sido desarrolladas por la propia industria. Busca mejorar la satisfacción de los clientes que ocupan estos servicios. Este programa está dirigido a empresas y servicios turísticos ya constituidos de las áreas de alojamiento turístico, agencias de viajes, tour operadores, actividades de turismo aventura y servicios de guía de turismo.

Para los servicios de alojamiento turístico, agencias de viajes y tour operadores, se han desarrollado además instrumentos financieros en conjunto con CORFO dirigidos a apoyar la implementación de normas técnicas a través de la contratación de consultorías especializadas cubriendo el 70% de éstas.

Los servicios turísticos que logran la certificación de calidad pueden obtener el Sello Turístico de Calidad y una promoción destacada por parte de Sernatur.

Programa Gira de Estudio: El Programa Gira de Estudio es una iniciativa del Gobierno de Chile que busca potenciar la ocupación de los servicios turísticos en temporada media y baja, preferentemente de micro, pequeños y medianos empresarios a través de la realización de giras de estudio, las cuales son subsidiadas en más de un 70% por SERNATUR.

Este programa está dirigido a estudiantes que se encuentren cursando segundo año de enseñanza media de establecimientos municipalizados y particulares subvencionados de las regiones de origen que cada año considera el programa, de esta manera se pretende fortalecer en los jóvenes la adquisición de experiencias en los aspectos económicos, sociales, culturales y cívicos de la vida de la región que visitan, favoreciendo de esta manera una

formación integral.

Programa Vacaciones Tercera Edad: "Vacaciones Tercera Edad" es un Programa que busca promover el turismo interno en temporada baja y media, potenciando un quiebre de la estacionalidad turística e incrementando el turismo nacional a través de la vinculación e involucramiento de los distintos actores del rubro.

Para ello se ha desarrollado un Programa que beneficia a un importante segmento de la población "los adultos mayores y las personas con capacidad disminuida", subsidiando los viajes aproximadamente en un 40%, permitiendo de esta manera su incorporación a los bienes de la cultura y recreación, y promoviendo la integración social de éstos.

Turismo Mujer: es un espacio creado por SERNATUR con el fin de contribuir al desarrollo de la industria turística nacional y apoyar a las empresarias y usuarias del rubro turístico, desarrollando una página web que recopile información útil para las empresas, turistas y público en general.

En ella se pueden conocer las experiencias de las emprendedoras de la industria, la oferta turística especialmente dirigida para mujeres, información útil acerca de los productos, servicios, actividades y herramientas que el Estado y privados disponen para ellas y el desarrollo de su negocio, además de otras acciones especialmente dirigidas para mujeres.

Programa de Fomento al Turismo: El Programa de Fomento al Turismo tiene como fin el potenciar la competitividad del turismo en Chile, y su propósito es la captación de nuevos segmentos de mercado capaces de acelerar el crecimiento turístico, reduciendo la estacionalidad de la actividad y desconcentrando territorialmente la oferta. Sus Objetivos son:

- Potenciar la competitividad del turismo y el turismo de intereses especiales en Chile.
- Captar de nuevos segmentos de mercado, capaces de acelerar el crecimiento turístico.
- Reducir la estacionalidad de la actividad y desconcentrar territorialmente la oferta.

El programa se desarrolla a través de tres componentes:

1.- Desarrollo de Productos: El componente comprenderá estudios de factibilidad, estudios ambientales, diseños finales e inversiones en obras y equipamiento destinados a permitir un adecuado desarrollo de oferta de intereses especiales, en función de la vocación turística de las áreas seleccionadas.

2.- Desarrollo de nueva Oferta Turística: Las actuaciones previstas incluyen: (i) el impulso al emprendimiento para el desarrollo de nuevos productos de turismo de intereses especiales, alineados con los esfuerzos de inversión pública realizados en las áreas seleccionadas en el Programa; (ii) el fortalecimiento del tejido

empresarial a través de la generación y consolidación de redes empresariales orientadas a necesidades del mercado; y (iii) mejora de calidad de la oferta, a través del apoyo para la adhesión a sistemas de calidad y el desarrollo de capacidades laborales en las empresas turísticas.

3.- Fortalecimiento de la Institucionalidad Turística: Las actuaciones de este componente se dirigirán a fortalecer la Administración turística a nivel nacional, regional y local.

Programa de Promoción Internacional: Una de las principales funciones de SERNATUR es apoyar la promoción turística de Chile a nivel internacional. Para esto se creó en 1995 este programa, el cual a través de una alianza público-privada reúne los esfuerzos técnicos y financieros para definir y aplicar las mejores estrategias de difusión.

Actualmente el programa de promoción Internacional se encuentra en fase concursal.

Programa de Turismo Sustentable: El Servicio Nacional de Turismo como parte de su misión debe consolidar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país; es por esto que se encuentra trabajando fuertemente, en conjunto con el sector privado, en el desarrollo de un Programa de Sustentabilidad en Turismo.

EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo del/a Director/a Nacional está compuesto:

El/ La Subdirector/a de Marketing.

La Subdirección de Marketing es la Unidad a través de la cual el Servicio Nacional de Turismo lleva a cabo toda acción de diseño y ejecución de acciones de posicionamiento de los productos turísticos nacionales, como asimismo asesorar en materia de promoción a los programas que el Servicio mantenga tanto a nivel nacional como internacional.

El/ La Subdirector/a de Desarrollo.

La Subdirección de Desarrollo es el área a través de la cual el Servicio Nacional de Turismo ejerce las funciones de planificación y fomento de la actividad turística nacional, desarrollo de nuevas líneas de trabajo con el objeto de mejorar la competitividad de la industria.

El/ La Subdirector/a de Estudios.

La Subdirección de Estudios es la Unidad a través de la cual el Servicio Nacional de Turismo genera información cuantitativa y cualitativa que permite establecer el estado de situación y potencialidades del turismo receptivo, emisoro e interno. Además, cumple con las funciones de fomentar y promover el desarrollo sustentable del turismo a escala nacional, gestionando, apoyando y promoviendo procesos e iniciativas de ordenamiento territorial y medio ambiental.

El/ La Fiscal.

La Fiscalía tiene por misión fundamental velar por la legalidad de los actos ejecutados por el Servicio Nacional de Turismo.

Además trabaja directamente con el gabinete, las áreas de relaciones públicas y comunicaciones, control de gestión y auditoría interna.

CLIENTES INTERNOS

Se relaciona con el Ministro de Economía, Fomento y Turismo y con el/ la Subsecretario/a de Turismo.

Se coordina con distintos servicios vinculados al sector turístico como: CONAF, CONADI, Programa Orígenes, INDAP, SERCOTEC, CORFO, SENCE, Programa Chilecalifica, FOSIS, Prochile, Fundación Imagen de Chile entre otros; con el objeto de dar cumplimiento a los planes, programas y proyectos turísticos.

Además para el desarrollo de los programas de turismo social establece relación con el Ministerio de Educación, Instituto Nacional de la Juventud, Servicio Nacional del Adulto Mayor e Instituto de Normalización Previsional, entre otros.

CLIENTES EXTERNOS

Para el/ la Director/a Nacional de SERNATUR, el principal cliente es la población beneficiaria del Servicio, reflejado en el turista nacional y extranjero.

La relación con los privados está dada principalmente por grandes, medianas, pequeñas y micro empresas turísticas y por gremios relacionados al sector como: asociación de hotelería, operadores, guías y algunos productos específicos (como cruceros, viñas, congresos), entre otros.

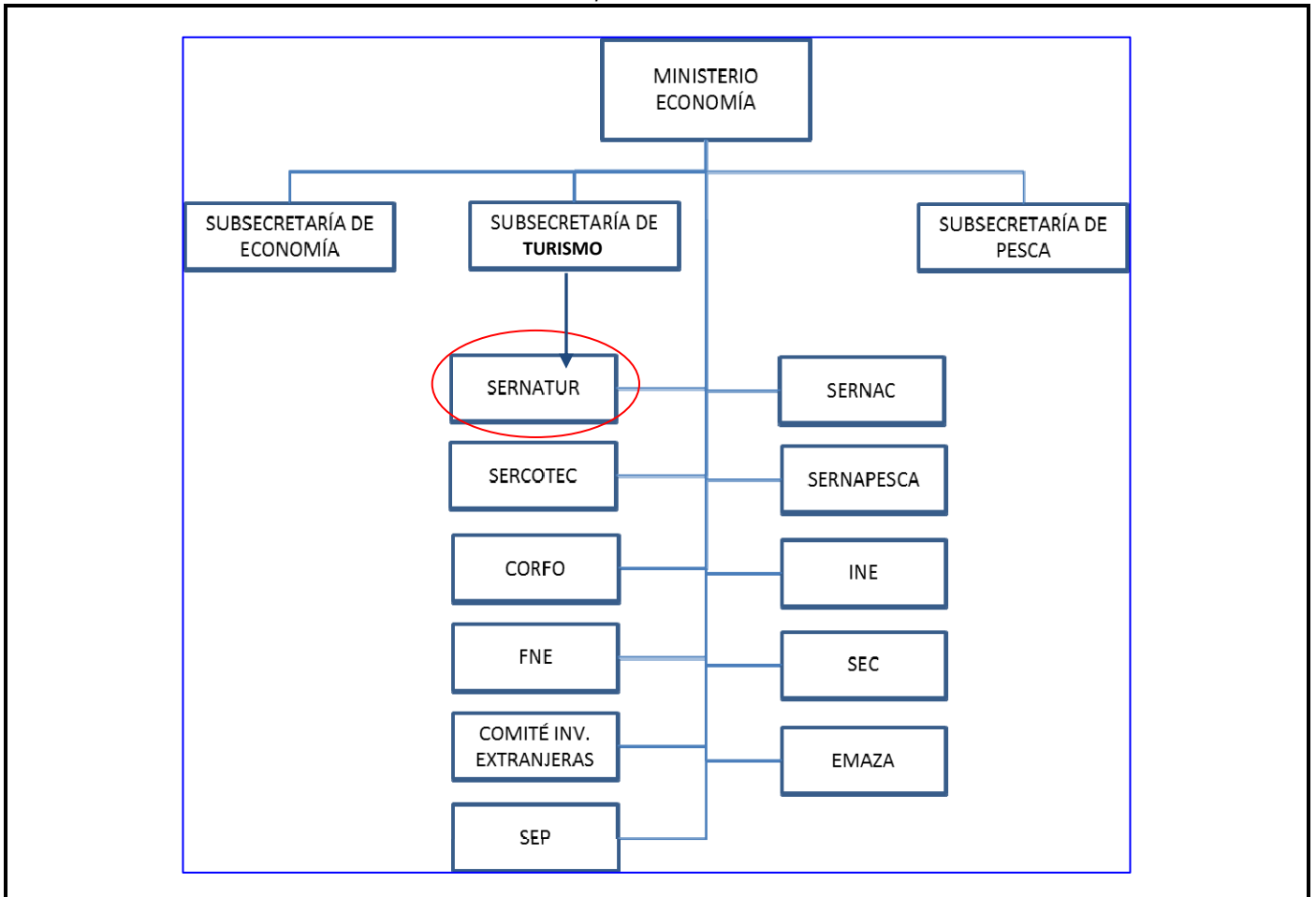
Se considera muy relevante la relación con posibles inversionistas en el sector.

DIMENSIONES DEL CARGO

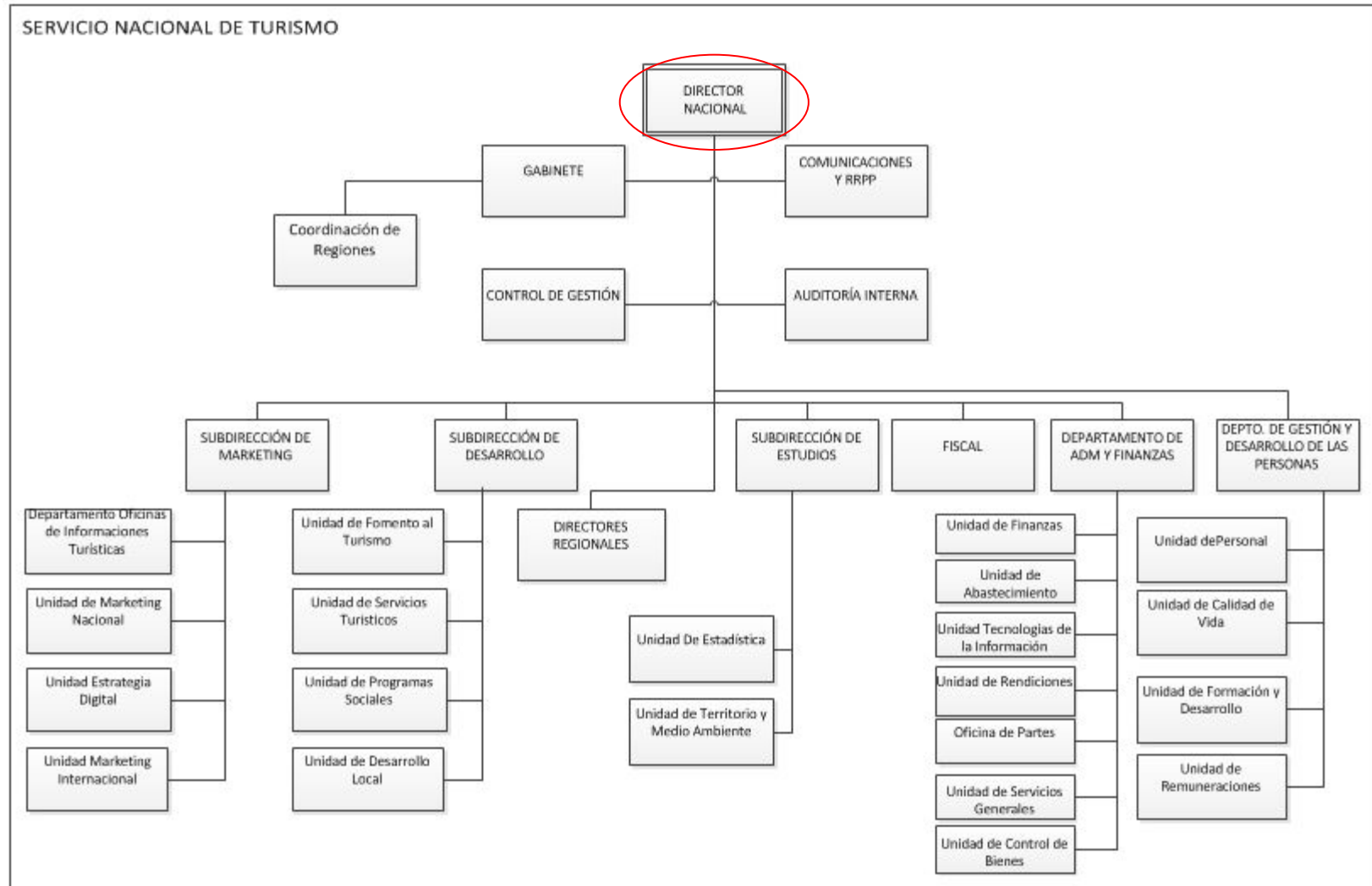
| | |
|---|---------------------------|
| Nº Personas que dependen directamente del cargo | 386 |
| Dotación total del Servicio | 256 |
| Personal a honorarios | 130 |
| Presupuesto que administra | \$20.116.580.000.- |
| Presupuesto del Servicio | \$20.116.580.000- |

Fuente: Dirección de Presupuestos
Fuente: Servicio Nacional de Turismo

ORGANIGRAMA MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO



ORGANIGRAMA SERVICIO NACIONAL DE TURISMO



RENTA

El cargo corresponde a un grado **2°** de la Escala Única de Sueldos DL 249, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **67%**. Incluye las asignaciones de modernización. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$3.996.000.-** para un no funcionario, la que se obtiene de una aproximación del promedio entre el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses sin asignación de modernización y el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses con asignación de modernización, que se detalla a continuación:

| Procedencia | Detalle Meses | Sub Total Renta Bruta | Asignación Alta Dirección Pública 67% | Total Renta Bruta | Total Remuneración Líquida Aproximada |
|---|--|-----------------------|---------------------------------------|-------------------|---------------------------------------|
| Funcionarios del Servicio* | Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre. | \$2.562.221.- | \$1.716.688.- | \$4.278.909.- | \$ 3.471.772.- |
| | Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre. | \$3.982.691.- | \$2.668.403.- | \$6.651.094.- | \$ 5.084.857.- |
| Renta líquida promedio mensualizada referencial para funcionario del Servicio | | | | | \$4.009.000.- |
| No Funcionarios** | Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre. | \$2.550.568.- | \$1.708.880.- | \$4.259.448.- | \$3.458.539.- |
| | Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre. | \$3.971.037.- | \$2.660.595.- | \$6.631.632.- | \$5.071.624.- |
| Renta líquida promedio mensualizada referencial para no funcionario del Servicio | | | | | \$ 3.996.000.- |

***Funcionarios del Servicio:** Se refiere a los postulantes que provienen del mismo Servicio.

****No Funcionario:** Se refiere a los postulantes que no provienen del mismo Servicio.

*****La asignación de modernización** constituye una bonificación que considera un 15% de componente base y hasta un 7,6% por desempeño institucional.

El no cumplimiento de las metas establecidas en el convenio de desempeño, que debe suscribir el alto directivo público, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

La Renta detallada podría tener un incremento de hasta un 10% por redefinición del porcentaje de asignación de alta dirección pública.

4. CONDICIONES DE DESEMPEÑO DE ALTOS DIRECTIVOS PÚBLICOS

- Los nombramientos productos de los concursos públicos, abiertos y de amplia difusión, regulados en el Título VI de la Ley N° 19.882, tienen una duración de tres años y pueden ser renovados por la autoridad competente, esto es, aquella facultada para decidir el nombramiento, hasta dos veces, por igual plazo.
- El nombramiento es a través del Sistema de Alta Dirección Pública y para efectos de remoción se entenderán como cargos de exclusiva confianza. Esto significa que se trata de cargos de provisión reglada a través de concursos públicos, pero las personas así nombradas permanecerán en sus cargos en tanto cuenten con la confianza de la autoridad facultada para decidir el nombramiento.
- Los altos directivos públicos nombrados en los cargos deberán responder por la gestión eficaz y eficiente de sus funciones en el marco de las políticas públicas.
- Los altos directivos públicos deberán desempeñarse con dedicación exclusiva.
- La calidad de funcionario directivo del Servicio será incompatible con el desempeño de cualquier otra actividad remunerada en el sector público o privado, a excepción de labores docentes o académicas, siempre y cuando éstas no superen las 12 horas semanales.
- El alto directivo público nombrado contará con un plazo máximo de tres meses desde su nombramiento para suscribir un convenio de desempeño con el jefe superior del servicio. El convenio será propuesto por dicha autoridad dentro de los cinco días siguientes al nombramiento.
- El alto directivo público deberá informar anualmente a su superior jerárquico, del grado de cumplimiento de las metas y objetivos comprometidos en su convenio. El no cumplimiento de las metas convenidas, tendrá efectos en la remuneración del directivo en el año de gestión siguiente.
- Para la renovación en el cargo por un nuevo período se tendrá en consideración, entre otros, las evaluaciones disponibles del alto directivo, especialmente aquellas relativas al cumplimiento de los acuerdos de desempeño suscritos.
- El alto directivo público tendrá derecho a gozar de una indemnización equivalente al total de las remuneraciones devengadas en el último mes, por cada año de servicio en la institución, con un máximo de seis.
- La indemnización se otorgará en el caso que el cese de funciones se produzca por petición de renuncia, antes de concluir el plazo de nombramiento o de su renovación, y no concurra una causal derivada de su responsabilidad administrativa, civil o penal, o cuando dicho cese se produzca por el término del periodo de nombramiento sin que este sea renovado.