

Estrategia Nacional
**TURISMO
SOSTENIBLE
2035**



Estrategia Nacional

**TURISMO
SOSTENIBLE
2035**





Valle de la Luna
REGIÓN DE ANTOFAGASTA



AGRADECIMIENTOS

El Gobierno de Chile, a través de la Subsecretaría de Turismo, valora la importante contribución de todas las partes interesadas en el desarrollo de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035.

Es importante reconocer el aporte de numerosas personas, empresas, gremios, funcionarios gubernamentales, académicos y otros, quienes participaron de las diversas

instancias de diálogo y trabajo, brindando comentarios y contribuyendo generosamente con su tiempo y conocimientos.

Esperamos implementar esta Estrategia con la colaboración y contribución continua de todos los participantes del sector turismo en Chile.

ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE 2035

AUTORIDADES

Nicolás Grau Veloso

Ministro de Economía, Fomento y Turismo

Verónica Pardo Lagos

Subsecretaria de Turismo

Cristóbal Benítez Villafranca

Director Nacional de Turismo

Georgiana Braga-Orillard

Representante Residente
del PNUD en Chile

COORDINACIÓN

Harry Estay Jara

Jefe División de Estudios y Territorios

Alejandra Vargas Bustos

Jefa Unidad de Gestión Estratégica y
Administración

EQUIPO PNUD

Soledad González Vidal

Rodrigo Herrera Pinto

Pilar Riesco Guzmán

ESPECIALISTAS

Santiago Fernández Poblete

César Guala Catalán

Sebastián Raby Guarda

Subsecretaría de Turismo

Av. Condell 679, Providencia - Santiago de Chile
+56 2 24733717

www.subturismo.gob.cl



ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN. REACTIVANDO UN TURISMO MÁS SOSTENIBLE	19
	1.1 Chile en cifras	22
	1.2 Chile, un destino excepcional	23
	1.3 Turismo y Objetivos de Desarrollo Sostenible	24
	1.4 Cambio climático, pérdida de biodiversidad y turismo	30
	1.5 Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Turismo	33
	1.6 Prioridades en la construcción de las estrategias de turismo en el mundo: Desafíos para la estrategia nacional de turismo sostenible 2035	34
2	ANTECEDENTES. CONTEXTO MUNDIAL Y NATURAL DEL TURISMO	37
	2.1 El turismo en el mundo	38
	2.1.1 Dejando atrás la pandemia de COVID-19	38
	2.1.2 Chile en el contexto turístico mundial	41
	2.1.3 Una demanda más comprometida con la sostenibilidad	43
	2.2 El turismo en Chile	46
	2.2.1 Institucionalidad turística en Chile	46
	2.2.2 Chile y sus destinos	50
	2.2.3 Impacto económico del turismo en Chile	52
	2.2.4 Turismo receptivo	54
	2.2.5 Turismo interno	58
	2.2.6 Cierre 2023	62
	2.3 Desafíos y oportunidades del sector turismo en Chile al 2035	68
	2.3.1 Desafíos	68
	2.3.2 Oportunidades	70

3	EL PROCESO: UNA ESTRATEGIA PARTICIPATIVA Y DESCENTRALIZADA	73
	3.1 Las Fases del Proceso	74
	3.2 La participación como principal sello de la estrategia	77
4	LA ESTRATEGIA	81
	4.1 Focos y objetivos estratégicos	83
	4.2 Visión	86
	4.3 Principios transversales	88
	4.4 Pilares y líneas de acción	92
	4.5 Metas estratégicas	94
5	PILARES Y LÍNEAS DE ACCIÓN	100
	5.1 Pilar 1: Gobernanzas sectoriales	102
	5.2 Pilar 2: Turismo sostenible	108
	5.3 Pilar 3: Posicionamiento y experiencias únicas	120
	5.4 Pilar 4: Inteligencia turística y planificación	128
	5.5 Pilar 5: Ecosistemas productivos de alto impacto	136
	5.6 Pilar 6: Inversión turística verde	144
6	LA IMPLEMENTACIÓN	154
	6.1 Fases de implementación	155
	6.2 Gobernanza de la estrategia	156
	6.3 La apuesta operativa	158
	6.4 Monitoreo y evaluación	161
	Referencias	163



ACRÓNIMOS

A CT	Actividad Características del Turismo
ACHET	Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G
ACHITUR	Asociación Chilena de Turismo Rural
ANTI	Asociación Nacional de Turismo Indígena
ASCC	Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático
BCCh	Banco Central de Chile
BCN	Biblioteca Congreso Nacional
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CMNUCC	Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático
CONADI	Corporación Nacional de Desarrollo Indígena
CONAF	Corporación Nacional Forestal
CORFO	Corporación de Fomento de la Producción
FMI	Fondo Monetario Internacional
FNDR	Fondo Nacional de Desarrollo Regional
GORE(S)	Gobierno(s) Regional(es)
HDR	Informe Sobre Desarrollo Humano
INDAP	Instituto de Desarrollo Agropecuario
INE	Instituto Nacional de Estadísticas
ITF	Foro Internacional de Transportes
MBN	Ministerio de Bienes Nacionales
MINECON	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
MIPYMES	Micros, pequeñas y medianas empresas
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
ODEPA	Oficina de Estudios y Políticas Agrarias
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PDI	Policía de Investigaciones de Chile
PIB	Producto Interno Bruto
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
RIEST	Red de Instituciones de Educación Superior en Turismo
SAG	Servicio Agrícola y Ganadero
SBAP	Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas
SERCOTEC	Servicio de Cooperación Técnica
SEREMIS	Secretario/a Regional Ministerial
SERNATUR	Servicio Nacional de Turismo
SNASPE	Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado
SOCIETUR	Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile
SUBTURISMO	Subsecretaría de Turismo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UICN	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza
WCS	Wildlife Conservation Society
WEF	Foro Económico Mundial
WTA	World Travel Awards
WTTC	World Travel & Tourism Council
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza
ZOIT	Zona de Interés Turístico

Torres del Paine

REGIÓN DE MAGALLANES Y
DE LA ANTÁRTICA CHILENA





PRESENTACIÓN



S.E. Gabriel Boric Font
Presidente de la República

Habitamos una tierra privilegiada, de excepcional belleza y diversidad geográfica y cultural. En cada rincón de Chile resuena la riqueza de su naturaleza y de nuestras tradiciones, lo que nos convierte en un destino turístico inigualable en el mundo: desde las coloridas celebraciones del altiplano o los imponentes moais de Rapa Nui, hasta la asombrosa biodiversidad de la Patagonia.

Conscientes de esta realidad y de la importancia de promover un desarrollo más equitativo de las regiones del país, como Gobierno asumimos el desafío de trazar la primera Estrategia Nacional de Turismo Sostenible para Chile.

La Estrategia que aquí se presenta recoge esta diversidad como una fortaleza y busca involucrar a las comunidades en la tarea de alcanzar un turismo sostenible, capaz de enfrentar los desafíos de la crisis climática, y que sea armónico con las particularidades de cada territorio y destino turístico.

Para su elaboración se consideraron las voces de más de dos mil chilenas y chilenos que, día a día, ponen su corazón en el turismo, en un proceso participativo sin precedentes para el rubro. A partir de sus necesidades y anhelos por ver al turismo fortalecido, conectado con la identidad local y resiliente ante las crisis, es que surge esta hoja de ruta, la cual acompañará los esfuerzos de la próxima década teniendo a las regiones y su gente como protagonistas.

El turismo es una actividad pujante, cuyo motor principal son las micro, pequeñas y medianas empresas. Al año 2023, este sector llegó a representar el 3,5% del PIB nacional, generando más de 600 mil empleos, con una participación de mujeres mayor al de otros sectores de la economía.

Pero podemos y debemos ir por más: por ello presentamos esta Estrategia, con la convicción de que al 2035 nuestro país consolidará el turismo como una actividad esencial para su desarrollo.

Y es que creemos en Chile. Creemos en quienes a través del turismo generan empleo, preservan nuestras herencias culturales y sus tradiciones, protegen el medioambiente y hacen patria en los lugares más recónditos del territorio nacional. El turismo tiene el potencial de impulsar el desarrollo sostenible de un

modo atento y sensible a nuestra diversidad geográfica y cultural, ofreciendo antiguos y nuevos caminos de prosperidad y bienestar para todas y todos.

Les invito a conocer esta Estrategia e impulsarla con mucha energía y cariño en cada rincón de nuestro país.





Nicolás Grau Veloso

Ministro de Economía, Fomento y Turismo

En el último trimestre de 2023, el turismo generó un 6,8% de ocupación en la economía, mediante Actividades Características del Turismo, equivalente a más de 620 mil personas, en donde 48% eran mujeres. De esta manera se evidencia que la riqueza de Chile también reside en sus impresionantes paisajes, en sus diferentes vocaciones productivas, y en la diversidad de sus regiones, cada una con su identidad única.

La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible que presentamos hoy refleja nuestro firme compromiso con un desarrollo productivo sostenible para las diversas regiones de Chile. Su diseño se erige sobre la convicción de que el turismo puede ser un poderoso motor para el crecimiento económico regional, el cuidado y puesta en valor de nuestra naturaleza y el desarrollo inclusivo de las localidades, a través de más y mejores empleos.

Quiero destacar el extenso proceso participativo desarrollado en la construcción de esta Estrategia, con más de 96 espacios en todo el territorio nacional, y el involucramiento de 2.277 personas consideradas actores claves del sector, gremios, academia, sociedad civil y comunidades, así como también autoridades locales, regionales y nacionales. De esta forma pudimos

identificar oportunidades, empapando esta estrategia de la realidad territorial y la experiencia de sus habitantes, relevando la importancia de preservar nuestro patrimonio natural y cultural de manera sostenible con el medio ambiente.

Con la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible buscamos que cada gobierno regional sea protagonista de su desarrollo turístico, para que así cada región del país resalte su identidad, su experiencia y sus atributos naturales. A través del fortalecimiento normativo e institucional y las propuestas para consolidar las gobernanzas turísticas, queremos lograr que Chile sea reconocido por una actividad turística que se potencia gracias a la visión, identidad y gestión local.

A su vez, vemos al turismo como una actividad económica que aporta a la conservación y regeneración del medioambiente. Nuestra meta es que al 2035 Chile sea parte del TOP 10 de destinos con un turismo que estimule el desarrollo sostenible y resiliente, de acuerdo con los factores y políticas que establece el Foro Económico Mundial. Para lograrlo, la Estrategia contempla medidas concretas y medibles para acelerar la adaptación de las empresas y destinos turísticos,

específicamente en temas de reducción de la huella de carbono, educación ambiental, adopción transversal de prácticas de sostenibilidad y la conservación y regeneración de la biodiversidad.

Acompañado del Plan Nacional de Turismo 2024-2026 generaremos las condiciones habilitantes para posicionar a Chile como destino de turismo aventura, naturaleza, experiencias y deportes a nivel mundial, recuperando el nivel de empleo y los flujos de turistas. El enfoque de este trabajo estará marcado por iniciativas que sean inclusivas, llevando los beneficios que atrae el turismo a los distintos segmentos de la población. Para lograrlo, estimularemos despliegues de información turística actualizada y de calidad a través de múltiples canales, buscando llegar a mercados prioritarios y de alto valor para el país.

Es así como de aquí al 2035, nos proponemos transformar a Chile en un referente global, no sólo por los atractivos de nuestros destinos turísticos, sino por la manera en que consolidamos el turismo como una actividad estratégica y sostenible para el progreso de las comunidades, promoviendo el bienestar de las personas y el florecimiento de cada rincón de Chile.

La estrategia nos permite generar las condiciones habilitantes para que exista un desarrollo turístico desde y para las regiones, armonizando el desarrollo turístico con la protección de nuestros recursos naturales y asegurando que las generaciones futuras hereden un Chile próspero y sostenible, razón por la que el eje de sostenibilidad está presente de manera transversal en este documento.

Hoy, más que nunca, reafirmamos nuestra convicción de que el turismo es una herramienta poderosa para el desarrollo sostenible regional. Desde el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, confiamos en que juntos haremos de Chile un destino para inspirar al mundo entero.





Verónica Pardo Lagos
Subsecretaria de Turismo

Es un honor y un privilegio dirigirme a ustedes para presentar la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible, un proyecto ambicioso que marca un hito crucial en la historia turística de nuestro país.

Al sumergirnos en esta iniciativa, nos embarcamos en un viaje infinito, destinado a transformar la realidad de cada región de Chile. Desde la diversidad de los paisajes en el norte hasta la majestuosidad de la Patagonia en el sur, pasando por todas las viñas, urbes e islas, nuestra nación alberga un tesoro inigualable que merece ser explorado y apreciado por sus habitantes y por quienes nos visitan.

La visión que compartimos es la de un Chile para todos y todas, donde el turismo no sea solo un medio de exploración, sino una fuerza catalizadora que impulse el desarrollo sostenible de nuestras comunidades. Este proyecto es la manifestación de nuestro compromiso con el bienestar de las personas, con la prosperidad compartida, con el cuidado del medioambiente y con la preservación de nuestra identidad.

En el corazón de nuestra estrategia está la convicción de que cada rincón de Chile tiene un papel fundamental en la construcción de nuestra identidad nacional. Trabajaremos

incansablemente para que el turismo siga siendo una herramienta que permita el fortalecimiento económico de nuestras regiones, generando oportunidades de empleo y fomentando el crecimiento, la capacitación y la formalización de pequeños negocios locales.

Pero este no es solo un plan de crecimiento económico; es una promesa de preservación y respeto por nuestro entorno. A medida que avanzamos, nos comprometemos a salvaguardar la belleza natural y cultural que hace de Chile un destino único en el mundo, incorporando además la riqueza de su ruralidad y sus comunidades, así como también de las tradiciones e historias de nuestros pueblos indígenas. La sostenibilidad ambiental será un pilar fundamental en todas nuestras acciones, asegurando que las futuras generaciones disfruten de la misma maravilla que hoy nos rodea.

Este es un llamado a la acción, una invitación a todas las regiones, a cada ciudadano y empresario, a cada gremio, a cada emprendedor, a cada estudiante y académico del turismo, a las autoridades nacionales, regionales y locales, a sumarse a esta visión de un Chile turísticamente descentralizado y vibrante. Estamos construyendo un legado, y juntos, dejaremos una huella imborrable en la historia del turismo en nuestro país.



Cristóbal Benítez Villafranca

Director Nacional de Turismo

El programa de gobierno del presidente Gabriel Boric propuso la creación de una nueva estrategia para el turismo de Chile, con una mirada a largo plazo y que abordara diferentes temáticas, como la sustentabilidad, el cambio climático, la equidad, la inclusión, la igualdad de género y, por supuesto, que todo esto condujera al desarrollo de nuestros destinos turísticos. Sin lugar a duda, estas temáticas apuntan a desafíos mayores que buscan, por un lado, impulsar la formalización del emprendimiento y, además, mejorar la competitividad de nuestra industria, lo que nos llevará a generar más y mejores empleos en favor de la economía nacional.

Por esto, en esta nueva Estrategia Nacional de Turismo Sostenible contamos con una sólida estructura que contiene seis pilares estratégicos, los cuales forman el marco fundamental que guía nuestras acciones hacia el fortalecimiento y la diversificación de la industria turística en Chile.

En cada uno de estos pilares, abordamos las temáticas de gobernanzas locales y sectoriales, sostenibilidad e inclusión, promoción y diversificación de experiencias,

competitividad y ecosistemas productivos de alto impacto e inversión público-privada; junto con iniciativas, actividades y proyectos que comprenden la dinamización, la consolidación y la aceleración de nuestras metas y objetivos.

Como podrán ver en el contenido de este documento base para el desarrollo de nuestra industria, el éxito de esta estrategia depende en gran medida de la integración de sus pilares y el compromiso con las distintas instancias tanto sectoriales como regionales, incorporando su mirada, tal como lo fue en el trabajo de construcción de la estrategia desde su inicio, con un proceso participativo que incluyó las miradas de cerca de tres mil actores de todo el país.

Estamos comprometidos con el desarrollo turístico de Chile y esperamos que de acá a 2035 generemos juntos un impacto positivo en los territorios y las comunidades locales de Chile.





Carnaval Con La Fuerza del Sol
REGIÓN DE ARICA Y PARINACOTA





chile.travel

Introducción

REACTIVANDO
UN *TURISMO*
MÁS SOSTENIBLE



En el marco de los compromisos programáticos del gobierno del presidente Gabriel Boric Font (2022-2026)¹, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo – a través de la Subsecretaría de Turismo – se planteó el desafío de elaborar la **Estrategia Nacional de Turismo Sostenible al 2035. Con apoyo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)**, la formulación de la Estrategia consideró un proceso de co-construcción y planificación participativa desde los territorios y sus regiones. A partir de múltiples espacios de diálogo, discusión y reflexión sobre los desafíos del turismo en Chile, se incorporaron las voces de todas y todos, así como las miradas territoriales en las que fueron protagonistas **actores gremiales, instituciones públicas, emprendedores y emprendedoras, autoridades, comunidades locales, especialistas, sociedad civil, academia y ciudadanía de todas las regiones del país.**

El turismo es una actividad estratégica para el desarrollo del país y se ha transformado en una prioridad por el gran aporte que significa para nuestra economía.

Contribuye a la diversificación de la matriz productiva, ofrece grandes oportunidades para el desarrollo regional, genera empleo (sobre todo en las mujeres), redistribuye la riqueza en una amplia cadena de valor, genera importantes divisas e ingresos y ofrece al país una alternativa de desarrollo sostenible de cara al futuro.

Al tratarse de un **sector transversal**, le corresponde realizar coordinación con muchos actores y ámbitos de intervención con el fin de generar condiciones para el desarrollo de la actividad turística. Facilita también la toma de decisiones y el accionar de otras carteras en materias relevantes para el sector, tales como: infraestructura e inversión pública y privada, transporte y telecomunicaciones, conectividad aérea, terrestre y marítima, evaluación ambiental, seguridad turística, agricultura, pesca, obras públicas, salud mental, deporte, educación, CTCI², patrimonio y la industria cultural y creativa.

Esto pone de manifiesto **el múltiple impacto que el turismo tiene en el desarrollo y contribución hacia un desarrollo productivo sostenible.** El Turismo como **Política de Estado genera condiciones habilitantes** para el crecimiento equitativo, inclusión social, responsabilidad ambiental y diversificación productiva que se quiere para Chile.

El turismo constituye un sector clave para el dinamismo de la economía y la conservación y regeneración de nuestro medio ambiente. La actividad turística nos ofrece además un gran potencial de crecimiento, por lo que es fundamental impulsarla de manera sostenible para avanzar como país hacia un desarrollo en armonía con el medio ambiente, los territorios y sus comunidades. Para ello, **esta estrategia se guía por los lineamientos estratégicos que nuestro país ha establecido en la Política de Desarrollo Productivo Sostenible.** Esta política nacional tiene una mirada sistémica y de mediano plazo, y en ella se establecen los objetivos y lineamientos generales para impulsar un **desarrollo productivo** que sea **sostenible**, que promueva la **descentralización** y la generación de valor local, y que nos permita avanzar hacia la igualdad de género.

Esta mirada se corresponde con las “Orientaciones Estratégicas para la Transición Económico-Productiva hacia un Desarrollo Sostenible”³ que profundizan la Estrategia Nacional de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación para el Desarrollo, enfatizando el enfoque sistémico que también inspira a esta estrategia. Compartimos la propuesta de que el **desarrollo de un turismo más sostenible se basa en la salud de los ecosistemas y en la valoración que la sociedad haga de los patrimonios social, cultural y natural.** La interacción entre los ámbitos social, económico y medioambiental es central en esta Estrategia. El impacto económico-productivo de la actividad turística se entiende inserto en contextos socioambientales cuyo resguardo es fundamental para aportar desde ahí al bienestar y calidad de vida de las personas.

¹ El programa de gobierno ve en el turismo la puesta en valor de las “diferentes vocaciones productivas, ambientales y culturales de los diversos territorios (...) contribuyendo a la descentralización y a la conservación del patrimonio local”.

² Referido al ecosistema de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación.

En esa línea, se han identificado **lecciones y aprendizajes** que hoy es momento de implementar y poner en práctica. Entre ellos, la urgencia de asegurar un turismo resiliente; que avance en satisfacer las necesidades de las y los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas, teniendo en cuenta las repercusiones, actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales. Esta estrategia impulsa de forma permanente un turismo interno pujante, descentralizado y menos estacional, que diversifique las experiencias de bienestar y enfrente proactivamente los efectos que la crisis ambiental, conservando y regenerando la biodiversidad.

Porque cuando el turismo ocurre, hay intercambio económico, nuevos empleos con mayor participación femenina, uso de energías renovables, enriquecimiento de las creaciones gastronómicas, bienestar físico y psicosocial, circulación de conocimientos, valoración de las identidades locales y de experiencias comunes, apreciación del patrimonio material e inmaterial, cruces culturales y artísticos, sensibilización ante la naturaleza, inversión en infraestructura, innovación tecnológica y digital, cambios en los diseños urbanos, movilidad de población y estímulo a la conectividad.

Y cuando todo esto ocurre de manera articulada, planificada, con calidad y eficiencia, el desarrollo sostenible del país se ve ampliamente fortalecido. La pandemia de COVID-19 en el mundo afectó de forma significativa al turismo y develó que las fragilidades que sufra este sector impactan en la estructura productiva, la igualdad social y el equilibrio ambiental del país. La recuperación a la fecha ha sido importante y el empleo turístico ha mostrado señales claras de avance. Sin embargo, el turismo receptivo aún no muestra los flujos esperados. Muchas micro, pequeña y mediana empresas (MIPYMES) todavía se encuentran en una situación delicada y, en términos generales, el escenario económico internacional se muestra complejo e inestable, principalmente debido a los recientes conflictos bélicos internacionales⁴.

Pese a todas las consecuencias negativas que la crisis sanitaria produjo en el turismo, de acuerdo con Naciones Unidas⁵, se abre una oportunidad para transformar en particular la relación del sector con la naturaleza, el clima y la economía⁶. Esto pone en evidencia que las transformaciones en las políticas, programas y planes de acción del sector turismo son fundamentales para enfrentar los nuevos desafíos planetarios. Así, la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible busca aportar en el cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** y de las metas de descarbonización del sector a 2050, y con ello acelerar el progreso de la Agenda 2030.

En consecuencia, esta estrategia es una tarea de compromiso con las políticas de desarrollo que abordan los nuevos desafíos del contexto global, a la vez que una **respuesta de sinergia al Estado y su inversión en la planificación innovadora a largo plazo.**

En específico, establece principios, pilares y líneas de acción que fortalecen la articulación multisectorial en torno a un turismo que cumpla las funciones de una política de Estado; sustentada en los gobiernos regionales y en la relación descentralizada con los territorios a la vez que inserta en un escenario global con activa cooperación internacional.

En definitiva, es una poderosa herramienta de planificación y guía compartida, construida participativamente para hacer de nuestro país un destino turístico sostenible, competitivo, inclusivo e inspirador de cara a 2035 y que aporta integralmente a la resiliencia socioeconómica, la conservación y regeneración medioambiental y el bienestar e identidad social.

Una propuesta innovadora para implementar las exigencias de un desarrollo productivo y sostenible, generando un entorno favorable para la inversión pública y privada que construye un **futuro del turismo en Chile, en el que todas y todos debemos tomar parte activa.**

³ Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. 2024. Orientaciones estratégicas para la transición económico - productiva hacia un Desarrollo Sostenible. Profundización de la Estrategia Nacional de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación para el Desarrollo - 2022, como marco para la Política de Desarrollo Productivo Sostenible. Santiago, Chile <https://docs.consejoctci.cl/wp-content/uploads/2024/04/Orientaciones-Estrategicas-para-la-transicion-Economico-Productiva-hacia-un-Desarrollo-Sostenible.pdf>

⁴ Conflicto Rusia-Ucrania y conflicto Israel-Palestina, para mayor detalle revisar <https://www.nytimes.com/es/2023/10/10/espanol/guerra-israel-gaza-economia.html> <https://www.faceaudec.cl/opinion/guerra-israel-palestina-y-escenario-economico-en-chile/>

⁵ Organización de Naciones Unidas (2020). La COVID-19 y la Transformación del Turismo. ONU: Madrid, Spain.

⁶ Organización Mundial Turismo (2021), Informe mundial sobre las mujeres en el turismo Segunda edición. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>



1.1

CHILE EN CIFRAS

FIGURA 1. Chile en Cifras⁷



19,9

Millones de habitantes

Fuente: INE, Proyecciones 2023, base 2017



9,8

Millones de hombres

49,4%



10

Millones de mujeres

50,6%

21,1

Millones de habitantes en 2035



País Tricontinental

2

Millones de kms² de superficie

Fuente: BCN, 2023

16 Regiones

56 Provincias

346 Comunas



Fuente: Gob.cl

CAPITAL
Santiago de Chile



Índice de Desarrollo Humano

Puesto N° **42**

Fuente: PNUD, HDR 2021/22



300.729

millones USD

Fuente: FMI, 2022



PIB Per Cápita

29.221 USD

Fuente: FMI, 2022



Inversión Extranjera Directa

20.865

millones USD

Fuente: BCCh, 2023

⁷ Instituto Nacional de Estadísticas (2023) Proyecciones de población <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales/proyecciones-de-poblacion>

Biblioteca del Congreso Nacional (2023) Biblioteca Congreso Nacional <https://www.bcn.cl/portal/>
Gobierno de Chile (2023) <https://www.gob.cl/>

Fondo Monetario Internacional (2022) Fondo Monetario Internacional <https://www.imf.org/es/Home>

Banco Central de Chile (2023) Banco Central de Chile <https://www.bcentral.cl/web/banco-central>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021) Reporte de Desarrollo Humano, <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-222>

1.2

CHILE, UN DESTINO EXCEPCIONAL

Chile, con su imponente geografía, es una tierra de contrastes que abarca desde el desierto más árido del mundo hasta las regiones patagónicas y antárticas. Es una larga y angosta faja de territorio con una impresionante diversidad geográfica y cultural que lo convierte en uno de los destinos más atractivos del planeta gracias a sus paisajes, cultura y tradiciones.



2
VECES

Mejor destino
de turismo verde
a nivel mundial



9
VECES

Mejor destino
de turismo aventura
de Sudamérica

FIGURA 2. Chile, destino excepcional



Fuente: Elaboración propia



1.3

TURISMO Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La **Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible**⁸ establece un marco mundial hacia el futuro para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y mitigar los efectos del cambio climático. El año 2015 fue firmada por 193 Estados miembros de la Organización de las Naciones Unidas, entre ellos Chile. La Agenda se compone de 17 objetivos (Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS⁹) para los cuales se fijaron metas, sistematizadas en más de 230 indicadores de cumplimiento. En Chile, las “Orientaciones Estratégicas para la Transición Económico-Productiva hacia un Desarrollo Sostenible” agrupan los ODS en función de los tres ámbitos de la visión de sostenibilidad y que esta Estrategia asume en sus componentes (Figura 3).

FIGURA 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Consejo de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación para el Desarrollo, 2024

⁸ Naciones Unidas, La Agenda para el Desarrollo Sostenible <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

⁹ Naciones Unidas (2015), Objetivos desarrollo sostenible <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Chile, como país suscriptor, adhiere a este compromiso y avanza hacia una visión de la sostenibilidad que reconoce que las dimensiones económica, social y ambiental coexisten, entendiendo que tanto lo social como lo económico están anidados en la naturaleza y su existencia y bienestar dependen de ella (Figura 3). En este sentido, el país diseña un camino para que el desarrollo integre armónicamente productividad económica, mejoras sociales y conservación ambiental con perspectiva regenerativa.

El turismo presenta un gran potencial para acelerar el progreso de los ODS y materializa esta visión, contribuyendo a desarrollar economías más inclusivas y resilientes, mediante la generación de empleos de calidad, un crecimiento más sostenible, la reducción de la pobreza y la conservación y protección del medioambiente. De manera más directa, aporta al cumplimiento de 3 ODS (Tabla 1).

TABLA 1. Metas de los ODS asociadas al turismo

	<p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>META 12.8 De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.</p>
	<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>META 8.9 b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.</p>
	<p>14 VIDA SUBMARINA</p>	<p>META 14.7 De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.</p>

Fuente: Naciones Unidas (2015)¹⁰

Además de los ODS 8, 12 y 14, el turismo contribuye directa e indirectamente al cumplimiento de otras metas vinculadas. Chile, como estado signatario, a través de la Estrategia busca impactar en el cumplimiento de los ODS, así como contribuir a la estrategia del país para la implementación de la agenda 2030 publicada el año 2023.

¹⁰ Naciones Unidas (2015). Objetivos desarrollo sostenible <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>





ODS1. Fin de la Pobreza

El turismo es una actividad que forma parte de la **matriz productiva del país, una alternativa para adaptarse a cambios y sobreponerse de manera resiliente ante situaciones críticas** como desastres de origen natural producto del cambio climático, generando nuevas fuentes de empleo.

Además, el turismo facilita el acceso inclusivo a los servicios ecosistémicos y a disfrutar de la naturaleza, generando beneficios para las comunidades residentes.

UNA ALTERNATIVA PARA ADAPTARSE A CAMBIOS Y SOBREPONERSE DE MANERA RESILIENTE ANTE SITUACIONES CRÍTICAS.

ODS2. Hambre Cero

El turismo permite incrementar los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular de mujeres, pueblos indígenas, agricultores familiares, ganaderos y pescadores, entre otros, a través de **complementar la oferta agrícola con servicios de gastronomía conocimiento de agricultura, cultivo y desarrollo de artesanías.**

COMPLEMENTAR LA OFERTA AGRÍCOLA CON SERVICIOS DE GASTRONOMÍA CONOCIMIENTO DE AGRICULTURA, CULTIVO Y DESARROLLO DE ARTESANÍAS.

ODS3. Salud y bienestar

El turismo es una actividad que contribuye al bienestar, salud mental y calidad de vida de las personas. El contacto y conexión con la naturaleza y con personas que comparten sus experiencias de vida, nos contactan con mayor felicidad.

EL TURISMO ES UNA ACTIVIDAD QUE CONTRIBUYE AL BIENESTAR, SALUD MENTAL Y CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS.

ODS4. Educación de calidad

El turismo es **un aula abierta de saberes locales y estilos de vida sostenibles.** Además, la conexión con la naturaleza, el aprendizaje a través de ella, la **generación de conocimiento científico a través del turismo**, como es el astroturismo, y el conocimiento de paleontología, permite mayor equidad en la entrega de conocimiento y generación de mayor motivación por el aprendizaje.

EL TURISMO ES UN AULA ABIERTA DE SABERES LOCALES Y ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES.

ODS5. Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres

El turismo es un importante espacio de participación de mujeres, constituyendo una fuente de empleo e ingresos relevante que fomenta el empoderamiento y liderazgo femenino y abre espacio para aumentar la participación en la toma de decisiones. **El turismo es la actividad económica donde mayor crece el empleo femenino y no discrimina por razón de género.**

EL TURISMO ES LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DONDE MAYOR CRECE EL EMPLEO FEMENINO Y NO DISCRIMINA POR RAZÓN DE GÉNERO.

ODS8. Trabajo decente y crecimiento

El Turismo contribuye con el crecimiento económico ya que es una actividad económica que forma parte de la matriz productiva del país, genera empleo y fomenta el emprendimiento y su formalización. **Es el sector donde más fácil se genera empleo para perfiles sin formación. El turismo tiene como desafío, sostener y desarrollar empleos de calidad, empleos decentes.**

ES EL SECTOR DONDE MÁS FÁCIL SE GENERA EMPLEO PARA PERFILES SIN FORMACIÓN.

ODS9. Industria, innovación e infraestructura

El turismo dinamiza la inversión en infraestructuras que apoyan el acceso asequible y equitativo, dentro y entre los territorios.

EL TURISMO DINAMIZA LA INVERSIÓN.

ODS10. Reducción de desigualdades

El turismo no discrimina, potencia la cohesión social y facilita el acceso a los beneficios que genera el sector. El turismo y la gastronomía unen a los territorios.

EL TURISMO NO DISCRIMINA, POTENCIA LA COHESIÓN SOCIAL Y FACILITA EL ACCESO A LOS BENEFICIOS.

ODS11. Ciudades sostenibles

El turismo promueve la protección de la naturaleza, dejando de pensar en ella como recursos naturales. **Apoya la valoración y respeto del patrimonio cultural y natural y promueve la identidad local.**

APOYA LA VALORACIÓN Y RESPETO DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL Y PROMUEVE LA IDENTIDAD LOCAL.

ODS12. Consumo y producción sostenible

El turismo es una actividad económica que contribuye al desarrollo de los territorios y comunidades locales, generando y promoviendo acciones responsables con el medioambiente, **potencia la gastronomía local y desarrolla el encadenamiento productivo.**

POTENCIA LA GASTRONOMÍA LOCAL Y DESARROLLA EL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO.

ODS13. Acción por el clima

El turismo está comprometido con el cuidado del medioambiente, y sensibiliza respecto de las vulnerabilidades del cambio climático, la adaptación y reducción de sus efectos. **Nos permite pasar de la crisis climática a la acción climática, si promovemos el conocimiento, cuidado y regeneración del medio ambiente.**

NOS PERMITE PASAR DE LA CRISIS CLIMÁTICA A LA ACCIÓN CLIMÁTICA, SI PROMOVEMOS EL CONOCIMIENTO, CUIDADO Y REGENERACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.

ODS16. Paz, justicia e instituciones sólidas

El turismo es un mecanismo de paz, permite sentar a la mesa a variados actores, en una mirada común: el desarrollo local, con perspectiva económica, generada desde la colaboración del destino. Además, el carácter inclusivo del sector hace que su aporte sea privilegiado para avanzar en esta materia.

EL TURISMO ES UN MECANISMO DE PAZ, PERMITE SENTAR A LA MESA A VARIADOS ACTORES, EN UNA MIRADA COMÚN.



Coquimbo
REGIÓN DE COQUIMBO







1.4

CAMBIO CLIMÁTICO, PÉRDIDA DE BIODIVERSIDAD Y TURISMO

El sector turismo representa una de las actividades económicas más vulnerables frente a las amenazas derivadas del cambio climático y las crisis ecológica, tales como el aumento de los **episodios meteorológicos extremos y la pérdida de biodiversidad**, entre otros. Estas impactan en el **deterioro de atractivos turísticos** y en la cadena de valor que se ve directamente afectada con el incremento de los **costos de los seguros, problemas de seguridad, escasez de agua y daños en equipamiento e infraestructura**, solo por mencionar algunos. Esta relación estrecha entre turismo y medioambiente se observa además en que este sector es actualmente responsable del **8,2% de todas las emisiones de CO2 en Chile**¹¹.




Es de vital importancia, entonces, considerar el rol que le corresponde al desarrollo de un turismo sostenible, particularmente en nuestro país, donde las pérdidas ocasionadas por los desastres de origen natural equivalen a cerca del 1,2% del PIB en promedio cada año¹². Es por ello que la **Estrategia Nacional de Investigación,**

Desarrollo e Innovación (I+D+i) para un Chile Resiliente frente a Desastres de Origen Natural¹³, señala como una tarea urgente la de promover las capacidades de anticipación, mitigación, respuesta y recuperación social frente a los desastres de origen natural.

La urgencia es ratificada por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático¹⁴, en donde se identifica a Chile como un país altamente vulnerable debido a su condición geográfica y demográfica, reuniendo siete de los nueve criterios de vulnerabilidad¹⁵.

Entre los efectos más directamente relacionados con el turismo en el país, se puede mencionar el impacto de la **variación en temperaturas y precipitación, la ocurrencia de eventos climáticos extremos, la escasez hídrica y la pérdida de biodiversidad** (la que a su vez explica la pérdida de equilibrio que tiene como efecto el cambio climático). Esto se traduce concretamente en potenciales perjuicios para el sector (Figura 4).

FIGURA 4. Efectos actuales y potenciales del cambio climático en el territorio turístico¹⁶

 Pérdida de Biodiversidad	 Reducción de playas	 Derretimiento de glaciares
 Incendios Forestales	 Disponibilidad de nieve	 Alteración de cuerpos de agua con vocación turística
 Daños a la infraestructura turística	 Baja percepción de seguridad por parte de los viajeros	 Pérdida del atractivo turístico en diversos ambientes

¹¹ World Travel & Tourism Council (2023) The Environmental Impact of Global Tourism Report, <https://unfccc.int/es/process-and-meetings/que-es-la-convenccion-marco-de-las-naciones-unidas-sobre-el-cambio-climatico>. Además a nivel global, el sector turismo es responsable de al menos el 5% de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) del planeta: Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. Nature climate change, 8(6), 522-528

¹² UNISDR, Global assessment report on disaster risk reduction, United Nations, 2015. Cálculo que considera datos entre 1980 y 2011

¹³ Comisión de I+D+i en Resiliencia frente a Desastres de Origen Natural, Diciembre, 2016, "Hacia Un Chile resiliente frente a Desastres. Una Oportunidad". Informe a la Presidenta de la República, Michelle Bachelet

¹⁴ Naciones Unidas - Cambio Climático (2023) <https://unfccc.int/es>

¹⁵ a) posee zonas costeras de baja altura; b) posee zonas áridas y semiáridas, c) zonas con cobertura forestal y zonas expuestas al deterioro forestal; d) posee zonas propensas a desastres naturales; e) posee zonas expuestas a la sequía y desertificación; f) posee zonas de alta contaminación atmosférica urbana; g) posee zonas de ecosistemas frágiles, incluidos los ecosistemas montañosos.

¹⁶ SERNATUR (2012) Cambio Climático y Turismo: Guía de Adaptación y Mitigación para el Turismo Litoral 1ra edición, noviembre 2022

https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/11/GUIA-CC-Y-TURISMO_LITORAL.pdf

En los próximos años, el turismo chileno estará corriendo una carrera más acelerada para **adaptarse y mitigar** los efectos de estos fenómenos. Esta Estrategia fortalece las capacidades de **adaptación**, orientando a que las comunidades que entregan el servicio puedan gestionar mejor el riesgo a la pérdida y al daño de territorios e infraestructura turística. Mas también **fortalece las capacidades de resiliencia, puesto que el turismo reactiva las capacidades productivas de las comunidades que han perdido sus fuentes de ingresos.**

Por ello, el sector ya ha elaborado un **Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático**, el cual fue aprobado en 2019 por el Comité de Ministros del Turismo e incluye seis líneas de acción y un importante número de medidas específicas. Dicho Plan será actualizado en 2024 y se encuentra alineado con la **Estrategia Climática de Largo Plazo de Chile**¹⁷. Complementariamente se encuentra en elaboración un **Plan de Gestión de Riesgos y Emergencias para la Industria del Turismo de Chile al 2035.**

Cabo de Hornos

REGIÓN DE MAGALLANES Y
DE LA ANTÁRTICA CHILENA



¹⁷ Ministerio de Medio Ambiente (2021). Estrategia climática de largo plazo de Chile.
<https://cambioclimatico.mma.gob.cl/estrategia-climatica-de-largo-plazo-2050/descripcion-del-instrumento>





1.5

IGUALDAD DE GÉNERO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES EN TURISMO

De acuerdo con el **Reporte Global de las Mujeres en Turismo**¹⁸ de la OMT, las mujeres tienen un rol fundamental para la economía y el desarrollo de sus países y comunidades, constituyéndose como agentes claves del desarrollo turístico. En cifras del estudio, a **nivel mundial las mujeres representan el 54% de las personas empleadas en turismo**, porcentaje que supera al 39% que representan las mujeres empleadas en el conjunto de la economía (Op.cit). Esta inserción en el sector turismo tiende a concentrarse en los empleos peor remunerados y menos reconocidos, con una brecha salarial de 14,7% menos que los hombres (Op.cit). En términos de liderazgo, el mismo informe destaca que **el 23% de los ministerios de turismo están dirigidos por mujeres**, lo que representa un porcentaje mayor de representación que el resto de las carteras, que es de un 20,7%.

Por otra parte, es importante puntualizar que, desde la perspectiva de la OMT, las mujeres tienen una destacada participación en el turismo como miembros

de las comunidades y de la sociedad civil, y a menudo encabezan iniciativas para abordar las desigualdades y “no dejar a nadie atrás”, base de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En esa línea, la Estrategia plantea el desafío de la promoción de la **igualdad de género como un principio transversal** que aborda los pilares y líneas de acción para el desarrollo del sector de cara al 2035. Para ello, se establece considerar las tres áreas clave propuestas por la OMT para incorporar la perspectiva de género: **institucional, programática y temática**¹⁹.

Además, en sus líneas de acción, esta estrategia promueve de manera transversal la integración de perspectiva de género en la planificación de políticas y programas de turismo, instando a **institucionalizar lineamientos que promuevan igualdad de género en el sector turístico**, aportando a la no discriminación contra mujeres, niñas y personas LGBTIQ+ y a la igualdad de oportunidades de liderazgo en toma de decisiones respecto del sector.

FIGURA 5. Enfoque para la incorporación de una perspectiva de género en el turismo



¹⁸ Organización Mundial del Turismo (2019), Informe mundial sobre las mujeres en el turismo - Segunda edición, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>

¹⁹ Organización Mundial del Turismo (2022), Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423286>





1.6

PRIORIDADES EN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE TURISMO EN EL MUNDO: Desafíos para la estrategia nacional de turismo sostenible 2035

La reciente crisis sanitaria gatilló con fuerza la necesidad de **repensar y replantear los modelos actuales de desarrollo y el sector turismo no fue la excepción**. En plena crisis sanitaria y hacia el final de ésta, diversos organismos internacionales²⁰ realizaron análisis y reportes relativos a las políticas y estrategias de turismo en diferentes países. A través de estos documentos se plantean nuevas prioridades, así como la necesidad de reforzar y acelerar la implementación de los desafíos en materia de sostenibilidad, entre los cuales se pueden mencionar:

- **Reconsiderar las percepciones acerca del éxito del turismo**, en todos los niveles de gobierno y en nombre de todos los actores involucrados, con un mayor enfoque en el desarrollo de un turismo más competitivo y sustentable.
- **Adoptar un enfoque integrado política-industria-comunidad**, en el que la formulación de políticas se lleve a cabo dentro del contexto más amplio de las estrategias pertinentes de desarrollo territorial, regional y económico, y en estrecha cooperación con la industria y las comunidades locales²¹.
- **Fomentar un crecimiento verde y sostenible**, promoviendo políticas orientadas a la protección de los recursos naturales, fomentando y garantizando un turismo responsable en áreas protegidas, impulsando inversiones verdes, incentivando modelos de negocios circulares y masificando la implementación de buenas prácticas en el sector empresarial.
- **Promover y acelerar innovaciones digitales e inclusivas para un turismo sostenible**, con énfasis en temas tales como inclusión, gestión de la sustentabilidad, soluciones colaborativas, difusión de buenas prácticas y otros.

- **Fomentar el conocimiento, la educación y la creación de capacidades en las personas**, generando redes colaborativas para la creación y el intercambio de conocimientos.
- **Resiliencia financiera y sostenibilidad para emprendedores en turismo**, con énfasis en la generación de herramientas de apoyo a las micro, medianas y pequeñas empresas (MIPYMES) y en ecosistemas colaborativos que fortalezcan la posición financiera de las empresas turísticas.
- **Fortalecer la resiliencia en salud, seguridad y protección para un turismo sostenible**, planteando la necesidad de que la seguridad sanitaria y la adaptación al cambio climático debe ser intrínseca al sector turismo, procurando el bienestar tanto de las personas que viajan como de residentes locales.

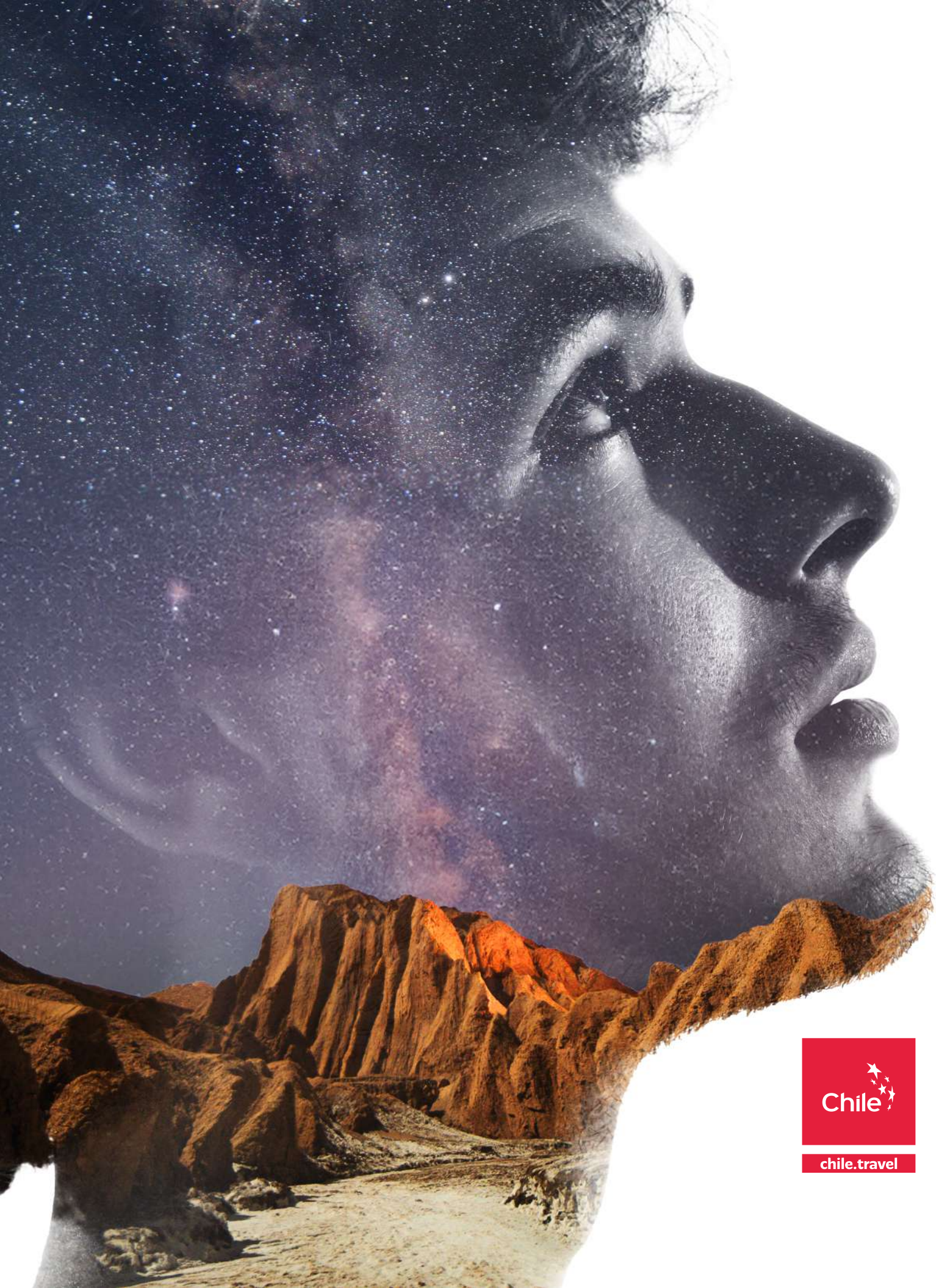
La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible acoge estas sugerencias y hace propio los desafíos tanto en sus principios como en los pilares y líneas de acción, poniendo en valor los impactos en ámbito social, económico, cultural y ambiental; articulando actores de distintos sectores en los territorios; fomentando la protección de la biósfera; incentivando la innovación inclusiva; fortaleciendo capacidades locales y habilitando condiciones para la resiliencia económica y social.

²⁰ OMT, OCDE, PNUD, WTTC, CEPAL

²¹ En el caso de Chile, estrategias sectoriales como cambio climático, áreas protegidas, electromovilidad, hidrógeno verde, litio y cultura, por mencionar algunas

La Tirana
REGIÓN DE TARAPACÁ





chile.travel

Antecedentes

CONTEXTO
MUNDIAL Y NACIONAL
DEL *TURISMO*



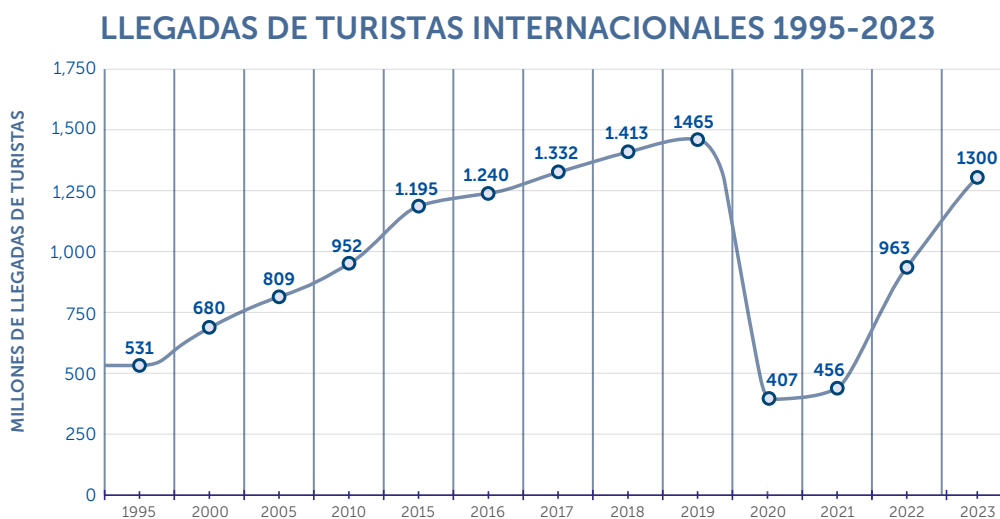
2.1 EL TURISMO EN EL MUNDO

2.1.1 Dejando atrás la pandemia de COVID-19

Previo a la pandemia, el turismo era uno de los sectores económicos con mayor crecimiento a nivel global, consolidándose como un motor de desarrollo económico y social en cientos de países. Según la OMT, en los últimos sesenta años la actividad turística ha experimentado una continua expansión, solo mermada por algunas alteraciones ocasionales,

demonstrando así su fortaleza y resiliencia. Así, las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido – desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 531 millones en 1995 y los 1.460 millones en 2019. Para 2030 las proyecciones de llegadas internacionales se sitúan en 1.800 millones (Gráfico 1).

GRÁFICO 1. Llegadas de turistas internacionales 1995-2023



Fuente: OMT (2023)²²

²² Organización Mundial Turismo (2023). World Tourism Barometer. Volume 21. Issue 1. January 2023. Excerpt. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO_Barom23_01_January_EXCERPT.pdf

Según el Consejo Mundial del Viajes y Turismo (WTTC), en 2022 la contribución del sector –de manera directa e indirecta– al Producto Interno Bruto (PIB) global alcanzó el 10,4% (Figura 5). También señala que el sector representaba un 10,6% de todos los puestos

de trabajo del mundo para ese año (334 millones), siendo responsable de la creación de uno de cada cuatro nuevos puestos de trabajo, con mayor fuerza en jóvenes y mujeres.

FIGURA 6. Contribución del turismo a la economía mundial

10,4%
PIB GLOBAL

334
Millones de
puestos de trabajo

1 de cada 4
Puestos
de trabajo

Fuente: WTTC (2022)²³

La crisis de la pandemia por COVID-19 a principios del 2020 desató un severo impacto global en múltiples dimensiones y uno de los sectores más golpeados fue el turismo. Durante el 2020, el turismo mundial registró su **peor año desde que existen mediciones**, con una caída en las llegadas internacionales del -74% de acuerdo con la OMT, es decir, 1.000 millones menos que en el 2019²⁴. Esta crisis también puso en riesgo **entre 100 y 120 millones de empleos turísticos** directos, muchos de ellos en pequeñas y medianas empresas.

En el año 2021 el turismo ya presentaba una recuperación de un 27,1%, esto en comparación con el resto de la economía mundial que mostraba un repunte de un 6.7%.

Una vez más, **el sector comenzaba a demostrar una resiliencia y capacidad de recuperación destacable**. Durante el 2022 se observó un crecimiento importante con más de 900 millones de llegadas de turistas internacionales, doblando las cifras de 2021.

La reactivación del turismo internacional ha sido constante y se acerca a los niveles pre-pandémicos. De acuerdo con las últimas cifras de la OMT²⁵, el turismo internacional recuperó el 87% de los niveles previos a la pandemia en el período enero-septiembre de 2023 (16% frente a 2019), respaldado por un fuerte incremento en la demanda durante el tercer trimestre de 2023.

FIGURA 7. Antecedentes del turismo mundial 2023

87%
Recuperación en
llegadas internacionales.
Respecto a 2019
(a septiembre 2023)

1300 ✈
Millones de llegadas
internacionales

US\$ 1,4
Trillones en ingresos
por turismo

Fuente: OMT (2023)²⁶

²³ World Travel & Tourism Council (2022) Travel & tourism, economic impact 2022, World, Travel and Tourism Council, Global trends, august 2022. <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>

²⁴ Organización Mundial del Turismo (2021) Barómetro del Turismo Mundial, edición julio 2021, <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobaromete-resp.2021.19.1.4>

²⁵ Organización Mundial del Turismo (2023) Barómetro del Turismo Mundial, edición septiembre 2023, <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2021.19.1.4>

²⁶ Cifras preliminares a septiembre 2023, basado en Organización Mundial del Turismo (2023). <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobaromete-resp.2021.19.1.4>



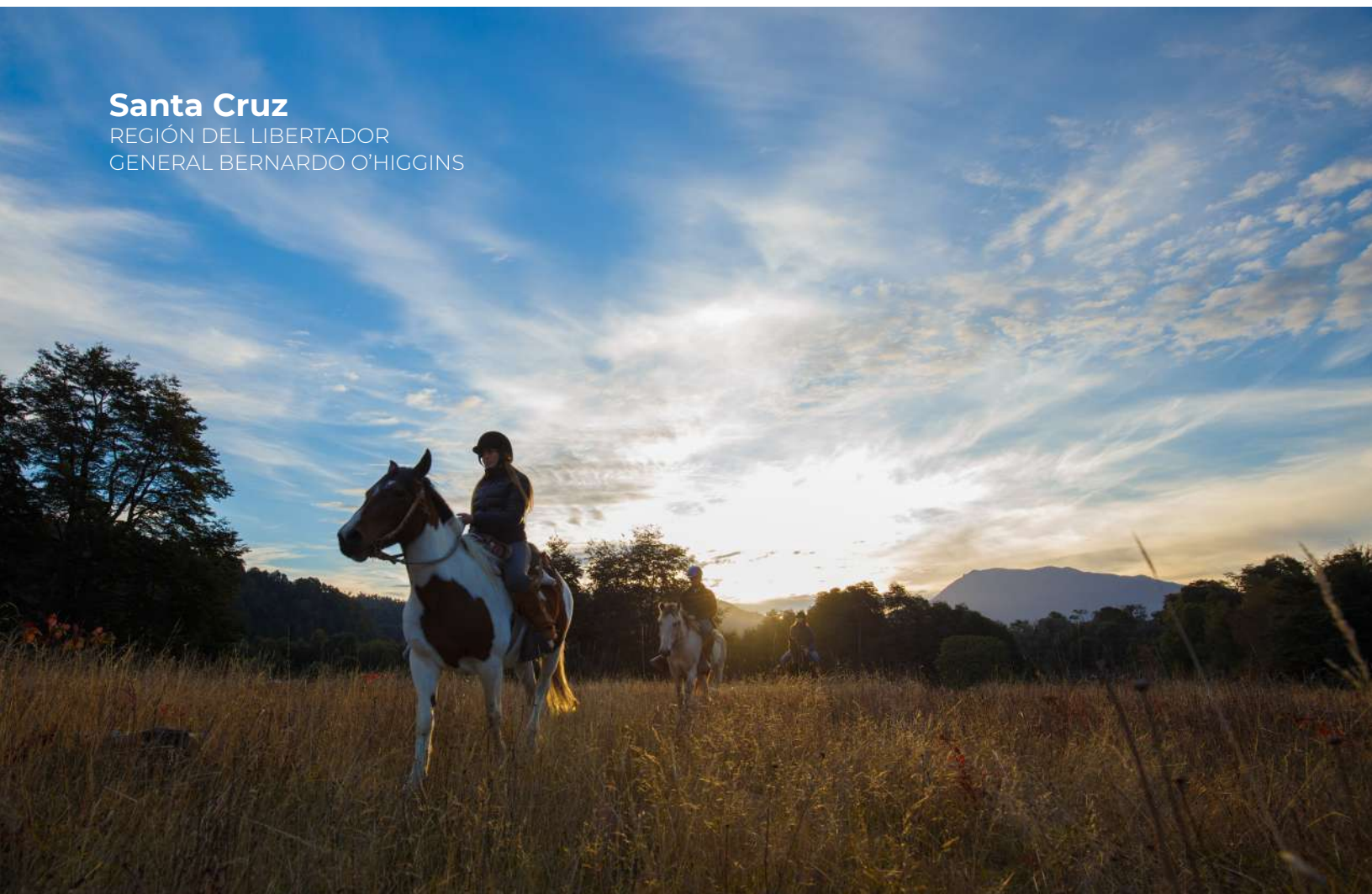


En el marco del escenario pre y post pandémico resulta relevante destacar algunos **cambios y aprendizajes** que se han instalado tanto en el comportamiento de la sociedad en general, como en el sector turístico en particular. Entre estos se puede mencionar:

- Viajes más cortos y frecuentes en turismo interno.
- Viajes más largos y extensos en larga distancia.
- Mayor valoración por el uso de espacios naturales y áreas protegidas.
- Necesidad de fortalecer la resiliencia de los destinos turísticos.
- Aumento sustancial del segmento “Nómades digitales” y de la modalidad de viajes workation.
- Aumento en el uso de las herramientas digitales en turismo (QR, sistemas de reserva y menús digitales, por mencionar algunos).
- Mayor comprensión e implementación de protocolos sanitarios.

Santa Cruz

REGIÓN DEL LIBERTADOR
GENERAL BERNARDO O’HIGGINS



2.1.2

Chile en el contexto turístico mundial

Proyectar una estrategia al 2035 requiere situar a Chile en un contexto de desarrollo y competitividad turística respecto a países que tienen como elemento común **la diversidad geográfica, naturaleza extrema y áreas protegidas**, entre otros.

El **Índice de Desarrollo del sector de los Viajes y el Turismo**²⁷ desarrollado bianualmente por el Foro Económico Mundial (WEF), identifica factores que son esenciales para el desarrollo, la sostenibilidad y la resiliencia del sector turismo. En su última versión presenta cambios metodológicos impulsados por la volatilidad en los mercados, generada por el contexto de la pandemia y el aumento de tensiones geopolíticas. Los nuevos factores se agrupan en cinco pilares:

- 1.- Entorno propicio
- 2.- Políticas
- 3.- Infraestructura
- 4.- Impulsores de demanda
- 5.- Impulsores de la sostenibilidad

Estos cambios buscan reflejar de mejor forma la contribución del sector al desarrollo económico y social, así como a la necesidad de colaboración de distintos actores interesados en las estrategias de desarrollo del sector turismo.

En el último informe del Foro Económico Mundial, publicado en mayo de 2022²⁸, se presenta una clasificación de 117 economías, figurando entre las diez con mejores resultados las economías europeas de ingresos más altos, Japón y Estados Unidos. Chile subió desde el puesto N°38 en 2019 al N°34 en 2021, ubicándose en el **primer lugar de Sudamérica** y por sobre países, tales como: Brasil (N°49); Costa Rica (N°50); Sudáfrica (N°68) y Ecuador (N°73). Sin embargo, el país aún se encuentra por debajo de destinos que tienen como atractivo común y principal sus parques nacionales, diversidad geográfica y naturaleza extrema, como son: Estados Unidos (N°2); Australia (N°7); Canadá (N°13); Nueva Zelanda (N°27); Indonesia (N°32), todos ellos con atractivos compartidos con Chile.

Al compararse con países que comparten diversidad geográfica y naturaleza extrema como atractivo principal, Chile presenta un muy buen desempeño en materia de **políticas y medidas facilitadoras**; un desempeño promedio en materia de **impulsores de la sustentabilidad e impulsores de la demanda**; y un desempeño bajo en cuanto a contexto favorable para los negocios e infraestructura (Tabla 2).

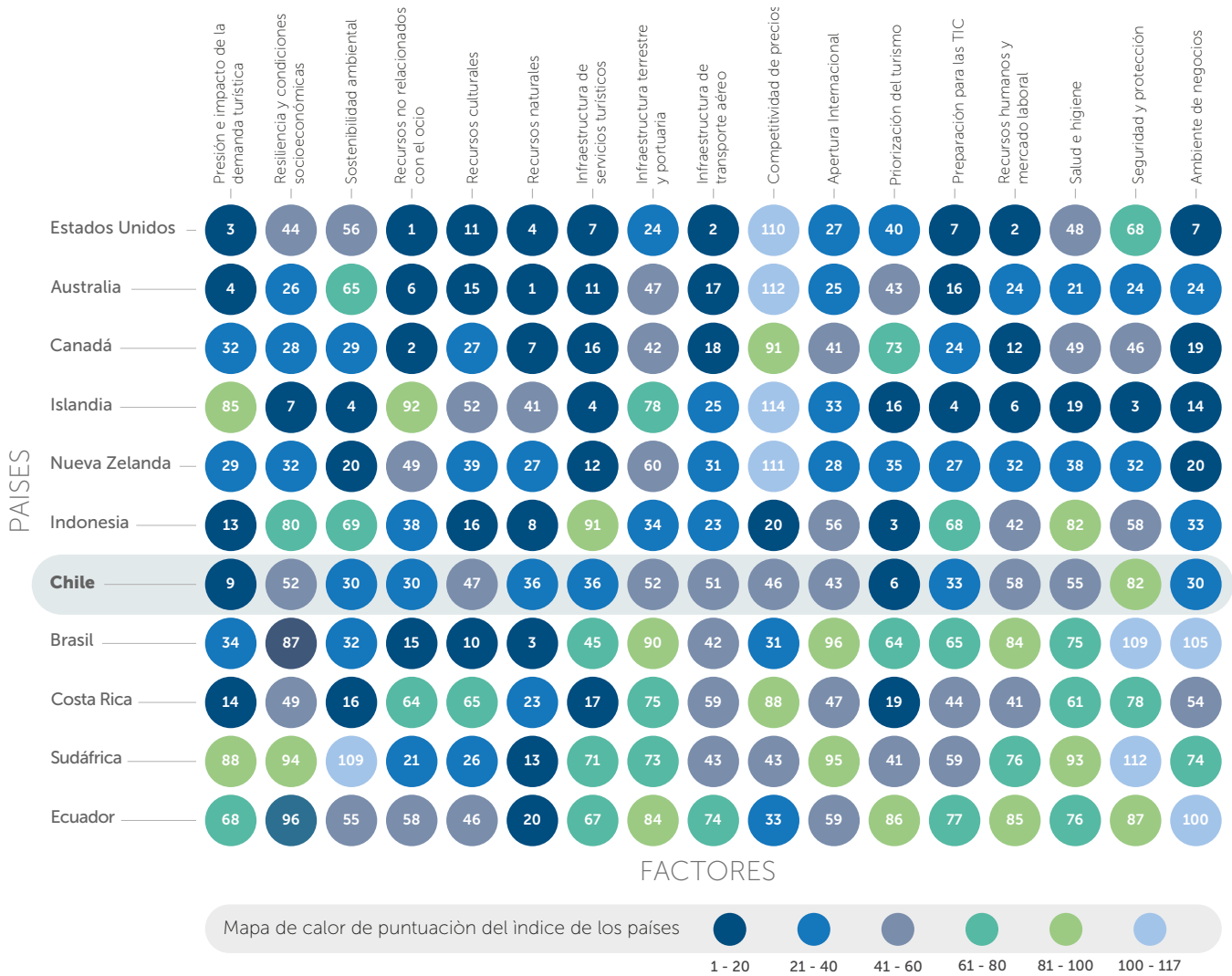
²⁷ World Economic Forum (2022) Índice de Desarrollo de los Viajes y el Turismo: reconstrucción orientada a un futuro sostenible y resiliente. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTDI_2021_Press_Release_es.pdf<https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>

²⁸ World Economic Forum (2022) Índice de Desarrollo de los Viajes y el Turismo: reconstrucción orientada a un futuro sostenible y resiliente. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTDI_2021_Press_Release_es.pdf





TABLA 2. Comparativo de notas en factores claves y posición en ranking. Chile versus países que comparten diversidad geográfica y naturaleza extrema como atractivo principal.



Fuente: Elaboración propia en base a WEF (2022)

El mapa de calor muestra las posiciones de Chile y de los países comparados en el ranking general y en los diversos factores asociados a los subíndices. Cada columna del mapa representa un factor específico, y cada fila representa un país. Las celdas del mapa de calor muestran la posición en el ranking de cada país en cada factor, con colores que indican la clasificación: los tonos más oscuros representan posiciones más altas en el ranking, mientras que los tonos más claros indican posiciones más bajas.

Si Chile busca convertirse en un país líder en materia de turismo sostenible, resulta fundamental abordar factores

en los cuales el país presenta un bajo posicionamiento en comparación con otros referentes, como son: recursos naturales; infraestructura de transporte aéreo; recursos culturales; seguridad; recursos humanos y mercado laboral. Para ello, la Estrategia busca desplegar un conjunto de acciones tendientes a fortalecer el desempeño del país en estos factores y otros, tales como: la gestión de la sustentabilidad, trabajo proactivo en materia de acción climática, monitoreo y promoción del bienestar de las comunidades locales, desarrollo de un turismo ambientalmente responsable en áreas protegidas y fortalecimiento del compromiso empresarial con las buenas prácticas de sustentabilidad.

2.1.3

Una demanda más comprometida con la sostenibilidad

Fue en 2012 que por primera vez en la historia los viajes internacionales superaron los 1.000 millones²⁹ a nivel mundial. Para 2030, la OMT pronostica un total de **1.800 millones**³⁰ de viajes internacionales y **15.600 millones** de viajes internos³¹. Estas cifras plantean escenarios alentadores en lo económico, pero a la vez preocupantes en materia de sostenibilidad, puesto que implican un aumento sustancial en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) derivadas de la aviación, la potencial saturación de destinos y la pérdida del bienestar de las comunidades locales, solo por mencionar algunos ejemplos.

Diversas encuestas y estudios recientes realizados por actores globales de la oferta turística dan cuenta de que cada día son más evidentes las **exigencias de los turistas por un turismo más sostenible, con mayor respeto por la biodiversidad y las culturas locales**, aun cuando existe **una clara brecha entre la intención de consumo y la decisión de compra**, en la cual aún priman el precio y los beneficios percibidos. En su séptimo **Reporte de Viajes Sostenibles**³², Booking da cuenta de que un 81% de viajeros quiere hospedarse

en hoteles sostenibles, un 71% es más propenso a elegir un alojamiento con prácticas sostenibles y un 72% cree que las empresas deberían ofrecer opciones más sostenibles. Otro reporte relevante³³ señala en su presentación que *“según muchas encuestas, incluida la nuestra, la sostenibilidad es cada vez más importante para los viajeros a la hora de reservar sus viajes”*. Sin embargo, el mismo reporte refleja que **existe un alto nivel de desconfianza respecto a los compromisos de sustentabilidad que realizan los prestadores de servicios turísticos**, solo confiando en aquellos que cuenta con algún tipo de certificación.

Impulsar una demanda más comprometida con la sustentabilidad, es, por tanto, un desafío esencial para el sector en su conjunto. De cara a 2035 se mantendrán y reforzarán los esfuerzos realizados a la fecha.

²⁹ OMT (2013) Panorama de Turismo Internacional e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415519

³⁰ OMT (2011) El turismo hacia 2030 <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2011-10-11/los-turistas-internacionales-llegaran-1800-millones-en-2030>

³¹ Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte (OMT 2020)

³² <https://news.booking.com/es/informe-de-viajes-sostenibles2023/#:~:text=El%20estudio%20m%C3%A1s%20extenso%20sobre%20viajes%20sostenibles%20de,en%20decisiones%20significativas%20sobre%20viajes%20sostenibles%20este%20a%C3%B1o>

³³ Skift (2022), State of Travel, <https://skift.com/insight/state-of-travel-2022/#:~:text=It%20created%20new%20patterns%20of,into%20a%20more%20flexible%20lifestyle>





Lago Budi
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA





2.2 EL TURISMO EN CHILE

2.2.1 Institucionalidad turística en Chile

En febrero de 2010 fue promulgada y publicada la **Ley N°20.423** que crea el Sistema institucional para el desarrollo del turismo, la que tiene por objeto el desarrollo y promoción de la actividad turística por medio de mecanismos destinados a la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos. **Dicho sistema está compuesto por:**

- El Comité de ministros del Turismo.
- La Subsecretaría de Turismo.
- El Consejo Consultivo de Promoción Turística.
- El Servicio Nacional de Turismo.

FIGURA 8. Sistema institucional para el desarrollo del turismo



Fuente: Elaboración propia

El Comité de Ministros del Turismo es el eje central de la gobernanza en el sector turístico, actuando como un espacio de coordinación y toma de decisiones gubernamentales. Está integrado por siete ministerios, cuyas áreas de responsabilidad están vinculadas al turismo. Su función principal es **asesorar al presidente en la formulación de políticas y estrategias turísticas, además de aprobar planes y programas relacionados.**

La Subsecretaría de Turismo actúa como brazo técnico y ejecutivo del Comité de Ministros, siendo la institución responsable del diseño y supervigilancia de la implementación de políticas y estrategias nacionales de turismo. Entre las funciones fundamentales se encuentra el liderazgo y la articulación con otros servicios públicos y el sector privado.

El Servicio Nacional de Turismo, por su parte, es la institución encargada de ejecutar los planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo. Para ello cuenta con oficinas en cada una de las 16 regiones de Chile, además de oficinas provinciales en algunas regiones del país.

En el marco de esta institucionalidad, se generan procesos de importante articulación que conforman un ecosistema virtuoso. En cada acción de turismo se involucran sectores y otros del ámbito económico, como social y medioambiental. Con ello, el turismo es parte del sistema productivo, a la vez que, de un sistema de intercambio, por el tipo de relaciones entre las regiones y la colaboración internacional con otros países.

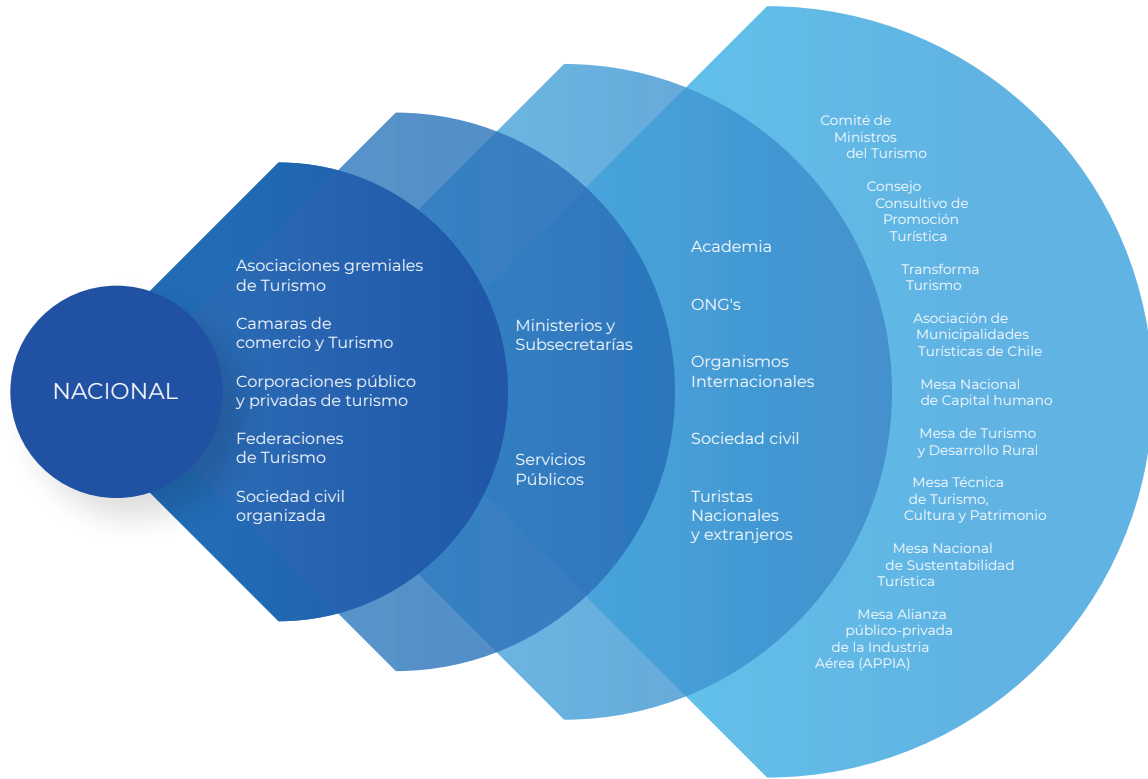


Pueblo Minero Sewell
REGIÓN DEL LIBERTADOR
GENERAL BERNARDO O'HIGGINS



MAPA DE ACTORES DEL TURISMO

- ESCALA
- SECTOR PÚBLICO
- SECTOR PRIVADO
- OTROS ACTORES
- INSTANCIAS DE COORDINACIÓN MULTISECTORIAL Y PÚBLICO-PRIVADAS



Públicos

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
 Ministerio de Obras Públicas
 Ministerio de Vivienda y Urbanismo
 Ministerio de Agricultura
 Ministerio de Bienes Nacionales
 Ministerio del Medio Ambiente
 Ministerio de las Culturas, las artes y el patrimonio
 Subsecretaría de Turismo
 Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR
 Corporación de Fomento de la Producción - CORFO
 Servicio de Cooperación Técnica - SERCOTEC
 InvestChile
 Instituto Nacional de Estadísticas - INE
 Servicio Nacional del Consumidor - SERNAC
 Subsecretaría de Pesca y acuicultura - SUBPESCA
 Instituto de Desarrollo Agropecuario - INDAP
 Corporación Nacional Forestal - CONAF
 Servicio de Evaluación Ambiental - SEIA
 Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas - SBAP

Subsecretaría del Patrimonio Cultural
 Subsecretaría de las Culturas y las Artes
 Ministerio de Desarrollo Social
 Corporación Nacional de Desarrollo Indígena - CONADI
 Servicio Nacional del Adulto Mayor - SENAMA
 Servicio Nacional de la Discapacidad - SENADIS
 Subsecretaría del Trabajo
 Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales - ChileValora
 Servicio Nacional de Capacitación y Empleo - SENCE
 Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones
 Dirección General de Obras Públicas
 Fondo de Solidaridad e Inversión Social - FOSIS
 Subsecretaría de Relaciones Exteriores
 Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales ProChile
 Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo - SUBDERE
 Dirección Nacional de Fronteras y Límites del Estado - DIFROL

Ministerio del Interior
 Junta de Aeronáutica Civil - JAC
 Dirección General de Aeronáutica Civil - DGAC
 Policía de Investigaciones de Chile - PDI
 Banco Central de Chile
 Gobiernos Regionales
 Delegaciones presidenciales
 Armada de Chile
 Municipios
 Secretarías Regionales Ministeriales - Seremi
 Subsecretaría de Salud Pública
 Ministerio de la Mujer y Equidad de Género - MinMujeryEG
 Ministerio de Energía
 Fundación imagen de Chile
 Ministerio de Educación
 Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación
 Ministerio del Deporte
 Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo

Privados

Asociaciones gremiales de Turismo
 Camaras de comercio y Turismo
 Corporaciones público y privadas de turismo
 Asociaciones de Turismo Rural e Indígena
 Federaciones de Turismo
 Sociedad civil organizada

Otros

Organización de las Naciones Unidas | ONU Mujeres | ONU Turismo | UNESCO
 PNUD
 Organización Internacional de Turismo Social - OITS
 Foro de cooperación económica asia pacifico - APEC
 Organización para la cooperación y desarrollo economía - OCDE
 FAO
 Mercosur
 World Travel & Tourism Council (WTTTC)
 ONG's
 Asociación Gobernadores de Chile
 Asociación de municipalidades turísticas
 Adsoiación chilena de municipalidades ACHM
 Asociación de Municipalidades de Chile AMUCH
 Asociación de Municipios Rurales AMUR
 Academia

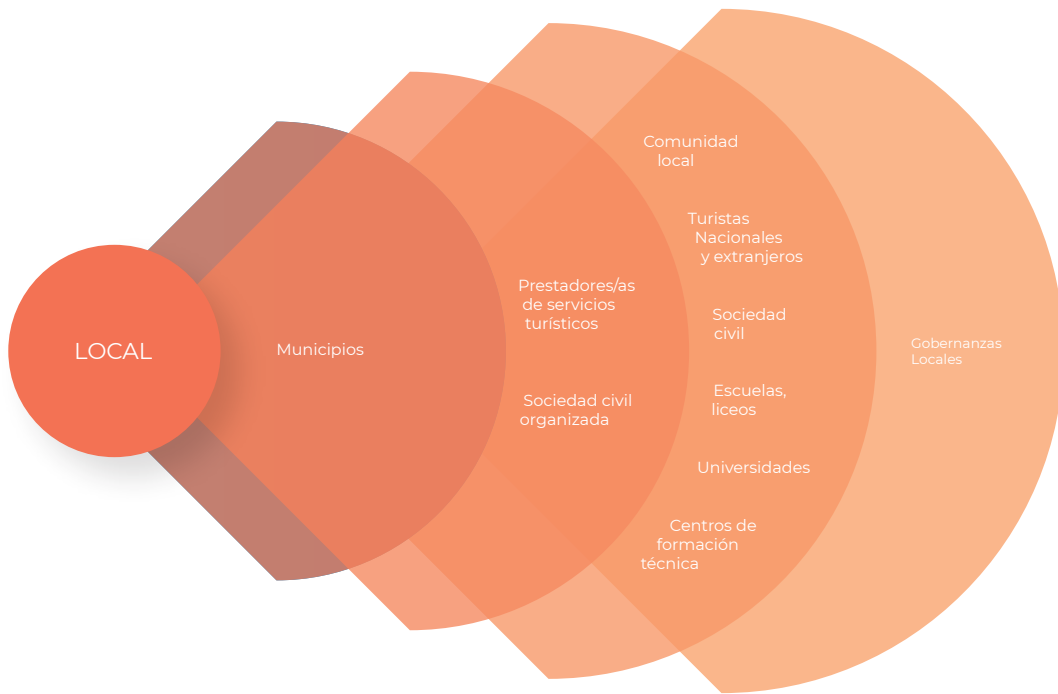
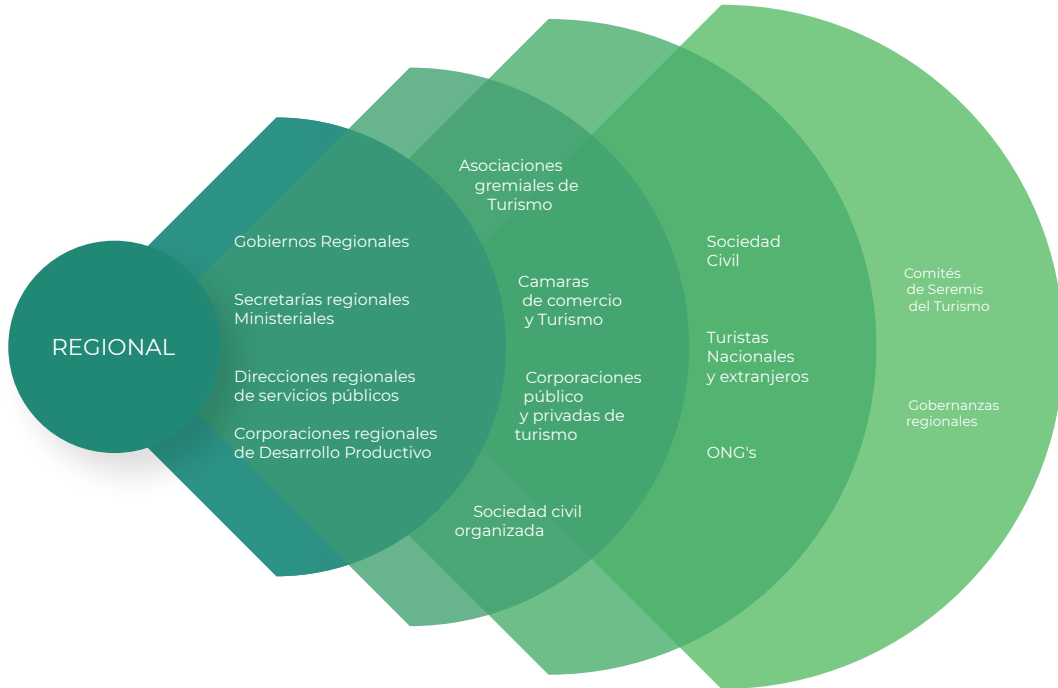
Otras instancias de coordinación público-privada

Consejo Consultivo de Promoción Turística
 Transforma Turismo
 Mesa Nacional de Capital humano
 Mesa de Turismo y Desarrollo Rural
 Mesa Técnica de Turismo, Cultura y Patrimonio.
 Comité Ejecutivo de Atracción de Inversiones
 Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística
 Mesa Alianza público-privada de la Industria Aérea (APPIA)

Fuente: Elaboración propia

MAPA DE ACTORES DEL TURISMO

- ESCALA
- SECTOR PÚBLICO
- SECTOR PRIVADO
- OTROS ACTORES
- INSTANCIAS DE COORDINACIÓN MULTISECTORIAL Y PÚBLICO-PRIVADAS



Fuente: Elaboración propia



2.2.2

Chile y sus destinos

En materia de planificación y gestión de destinos, se realizó un proceso de actualización de delimitación territorial durante el 2023 tomando como unidad básica de gestión a los gobiernos locales, y mediante una metodología que contempló la utilización de datos estadísticos y así también, datos representativos de las características cualitativas de los territorios, que permitió identificar y clasificar los destinos turísticos, definiendo **78 destinos turísticos priorizados y 14 territorios con potencial turístico**, lo que abarca alrededor de 218 comunas (63%) a lo largo y ancho del país. Durante el año 2024 se desarrollará una metodología para clasificar estos destinos según su nivel de desarrollo, con el fin de

conocer y abordar las brechas con los actores públicos y privadas (Gobierno Regional, Municipios, gremios, entre otros), mediante la entrega de herramientas y acompañamiento técnico para impulsar su crecimiento y avance.

Actualmente, existen dos instrumentos de gestión territorial que permiten fortalecer las gobernanzas locales, estas son: las **Zonas de Interés Turístico (ZOIT)** y la **Distinción de Municipalidad Turística**, con estos instrumentos se busca fortalecer los territorios con condiciones especiales para la atracción de flujos turísticos.

FIGURA 9. Destinos y Zonas de Interés Turístico

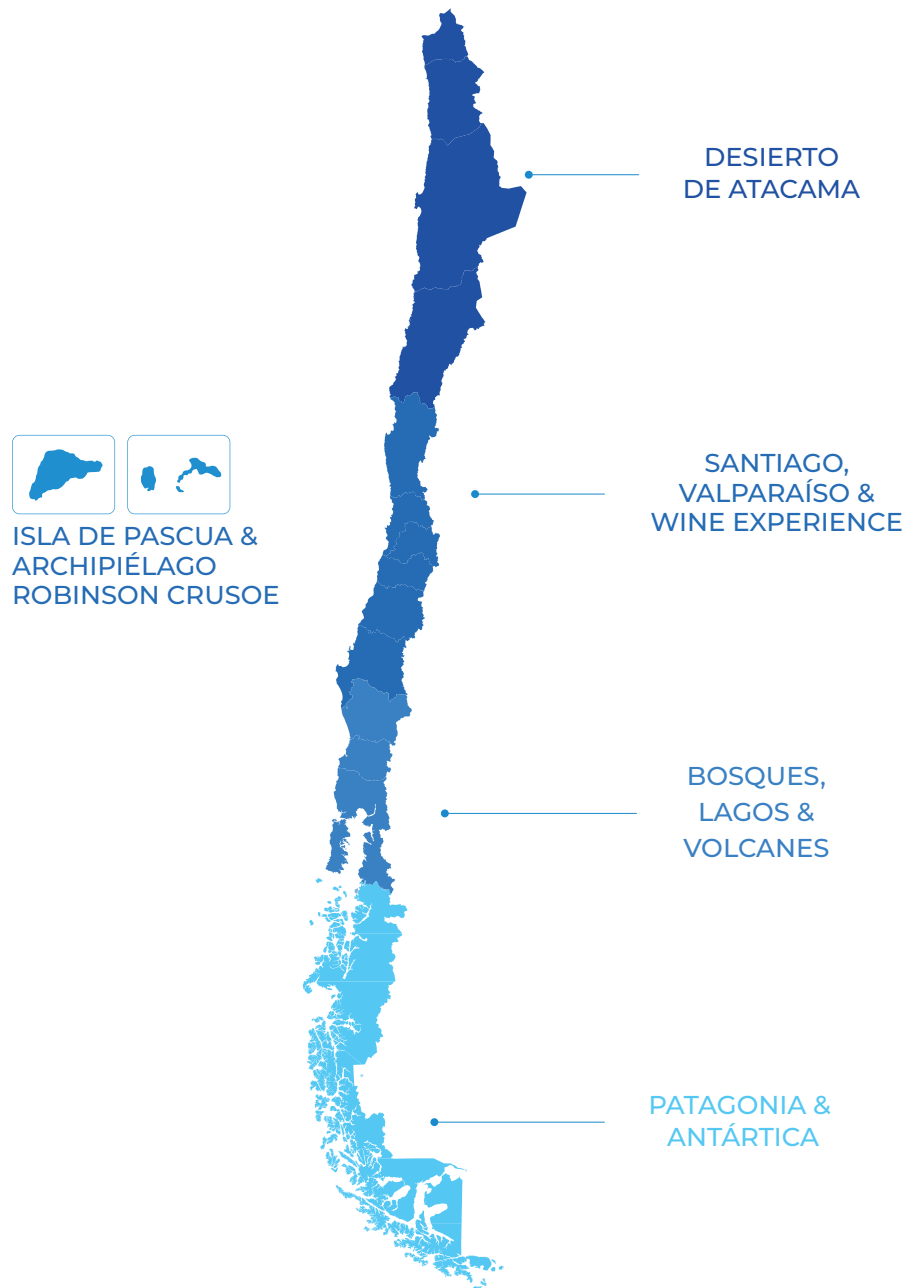


Fuente: Elaboración propia en base a SUBTURISMO (2024)

En el ámbito de la **promoción turística internacional**, y conforme al “Plan de Marketing Internacional 2023-2027”, se ha desarrollado una estrategia de marca y posicionamiento de destinos basada en experiencias. Estas experiencias se han agrupado en **cinco grandes destinos**³⁴, con el objetivo de posicionar la **Marca Chile** y su oferta de experiencias en mercados internacionales.

³⁴ SERNATUR (2023) Plan de Marketing Turístico Internacional 2024-2026, p23-24. Disponible en <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/10/02.-Nuevo-PMTI.pdf>

FIGURA 10. Grandes destinos de Chile



Fuente: SERNATUR, 2023

Es precisamente en el ánimo de potenciar los destinos con visión territorial sostenible que la estrategia convoca a la articulación de las relaciones entre el mundo privado, organizaciones y comunidades que conviven en el territorio y trabajen para generar valor en él.

2.2.3

Impacto económico del turismo en Chile

El turismo contribuye de forma importante a la economía chilena (Figura 11), generando miles de empleos, activando las economías regionales y locales, e impulsando una amplia cadena de valor capaz de redistribuir los ingresos entre muchos agentes, como pocos sectores de la economía.

FIGURA 11. Impacto económico del turismo en Chile, 2022

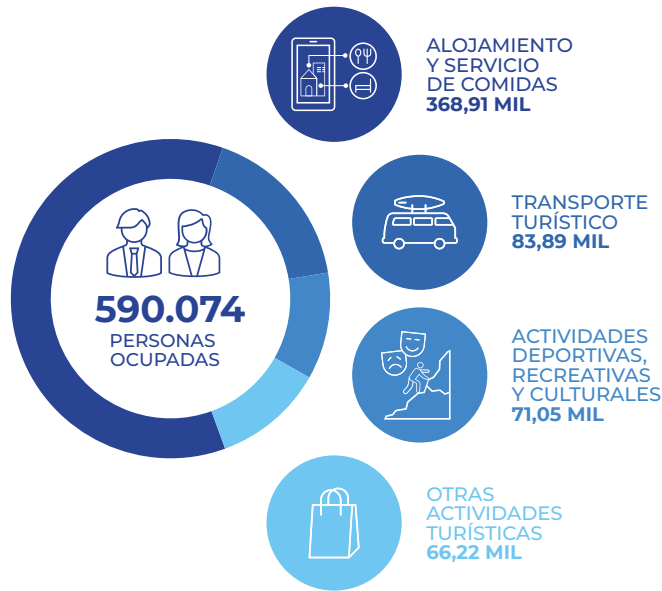


Fuente: SUBTURISMO y SERNATUR (2022-2023)³⁵

A diciembre de 2022, se registraron un total de **590.074** personas ocupadas en las Actividades Características del Turismo (ACT), representando el **6,7% del empleo total en Chile**.

³⁵ Servicio Nacional de Turismo y Subsecretaría de Turismo (2023) Informe de resultados: Aproximación PIB turístico de Chile <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/10/anuario-estadistico-de-turismo-2022.pdf>

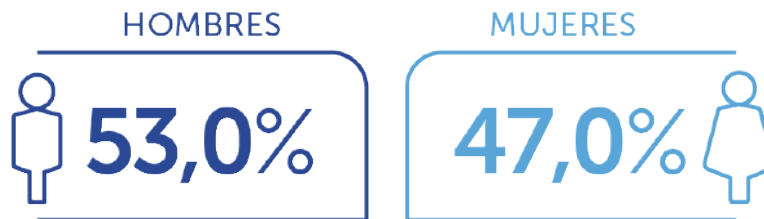
GRÁFICO 2. Distribución de ocupados según rama ACT, Total Nacional al 2022



Fuente: Elaboración propia con datos de Instituto Nacional de Estadísticas³⁶

Según género (Figura 12), para el año 2022, el 47% de las personas ocupadas en las ACT son mujeres (277,62 mil), comparado con el 42,2% de mujeres del total de Ocupados de la economía (3.743,06 mil).

FIGURA 12. Distribución de personas ocupadas en las ACT según sexo al 2022



Fuente: Estimación sintética de Ocupados en las ACT, a partir de la Encuesta Nacional de Empleo, INE, Chile.

Estos datos resultan de gran importancia si consideramos que, de acuerdo al diagnóstico realizado para la nueva Política de Desarrollo Productivo Sostenible, el comercio internacional se encuentra desacelerado y la inversión directa desde el extranjero disminuye. La diversificación

de las matrices productivas es una de las principales prácticas generadas por los Estados que promueven el desarrollo productivo con enfoque sostenible.

³⁶ SERNATUR (2022) Anuario Estadístico de Turismo 2022 <https://www.subturismo.gob.cl/wpcontent/uploads/2023/10/anuario-estadistico-de-turismo-2022.pdf>



2.2.4 Turismo Receptivo

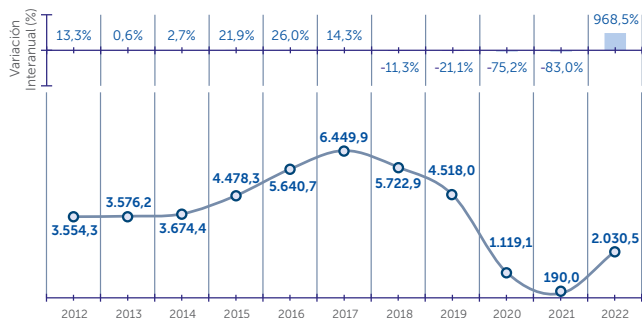
El aporte del turismo receptivo no se limita exclusivamente a su contribución económica al país. Es parte fundamental de nuestra **imagen internacional** y es que, a través del turismo, Chile muestra lo mejor de su naturaleza, cultura e identidad, producción, ambiente de negocios y otros atributos.

Las llegadas de turistas internacionales durante la última década han mostrado un comportamiento desigual, explicado por múltiples factores. Entre los años 2012-2017 (excepto 2013) las llegadas internacionales mostraron un crecimiento de dos dígitos, con un peak de 6,5 millones en 2017, debido a la denominada "burbuja argentina" (2016-2018). Durante los años 2018 y 2019 las llegadas internacionales decayeron respecto a 2017, sin embargo, se mantuvieron en torno a los cinco millones de turistas. Durante los años 2020-2021 y debido a los

consabidos efectos de la pandemia del COVID-19, las cifras cayeron drásticamente, en particular en 2021, con un total de 190.022 llegadas³⁷.

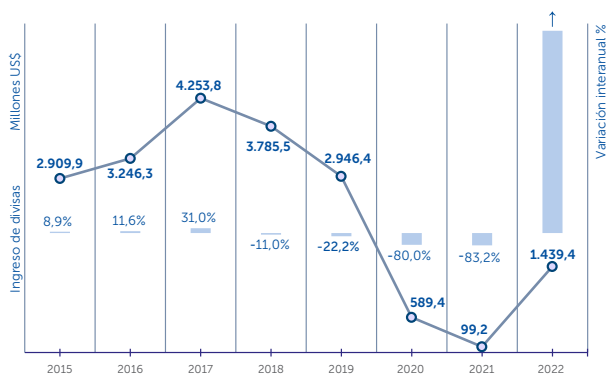
El año 2022 cerró con 2.230.479 llegadas, alcanzando un crecimiento de +968,5% respecto a 2021 (Gráfico 3). Ese mismo año, los ingresos por turismo receptivo fueron de 1.439 millones de dólares, aumentando un +1.351,6% respecto a 2021, pero aún muy por debajo de los 2.946 millones de dólares alcanzados en 2019. **En 2023, las llegadas alcanzaron los 3,7 millones** de turistas internacionales (+83,7% respecto a 2022). En términos de ingresos de divisas, las proyecciones respecto de 2023, acumularon **2.412 millones de dólares**, representando un aumento del 65,6% respecto a 2022, pero aun 18,1 % por debajo de los niveles de gasto prepandémicos (Gráfico 4).

GRÁFICO 3. Evolución de las llegadas de turistas extranjeros a Chile



Fuente: SUBTURISMO y SERNATUR (2023)³⁸

GRÁFICO 4. Evolución del ingreso de divisas por turismo receptivo



Fuente: SUBTURISMO y SERNATUR (2023)³⁹

³⁷ SERNATUR (2022) Anuario Estadístico de Turismo 2022 <https://www.subturismo.gob.cl/wpcontent/uploads/2023/10/anuario-estadistico-de-turismo-2022.pdf>

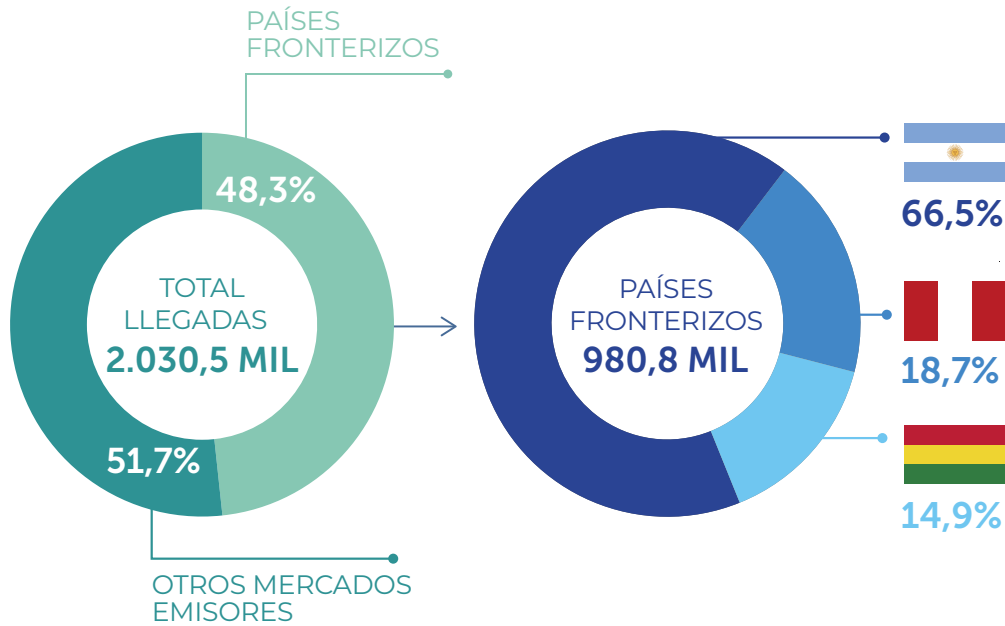
³⁸ Servicio Nacional de Turismo y Subsecretaría de Turismo (2023) Barómetro de turismo Chile <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/05/barometro-de-turismo-abril-2023.pdf>

³⁹ Servicio Nacional de Turismo y Subsecretaría de Turismo (2023) Informe de resultados: Aproximación PIB turístico de Chile <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/10/anuario-estadistico-de-turismo-2022.pdf>

En términos del origen de los turistas internacionales, Chile aún muestra una **alta dependencia de sus mercados limítrofes (Argentina, Perú, y Bolivia)**, los que en conjunto suman casi la mitad de las llegadas

internacionales (980 mil turistas), equivalente al 48,3%. De este total, un **66,5% de las llegadas corresponden a Argentina**, mercado que históricamente ha sido el principal emisor de turistas al país.

GRÁFICO 5. Distribución de las llegadas de turistas extranjeros en 2022, según países fronterizos⁴⁰



Fuente: SUBTURISMO y SERNATUR (2023)⁴⁰

En 2022, **Brasil** fue el segundo mercado más importante en términos de llegadas, sumando más de 247 mil. El mercado brasilero ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido durante la última década, marcando un peak de 589 mil llegadas en 2018. Adicionalmente, se trata de un mercado que ha ido extendiendo sus visitas a lo largo del año, ayudando a romper la estacionalidad invernal. Por su parte, el mercado norteamericano (Estados Unidos,

México y Canadá) representó solo un 9,2% de las llegadas internacionales, totalizando cerca de 187 mil llegadas, mientras que el mercado europeo constituyó el 8% (España, Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Holanda) del total de llegadas, sumando 161 mil. Finalmente, mercados más lejanos como Australia, Israel y China representaron tan solo el 1,17% de las llegadas (Gráfico 6).

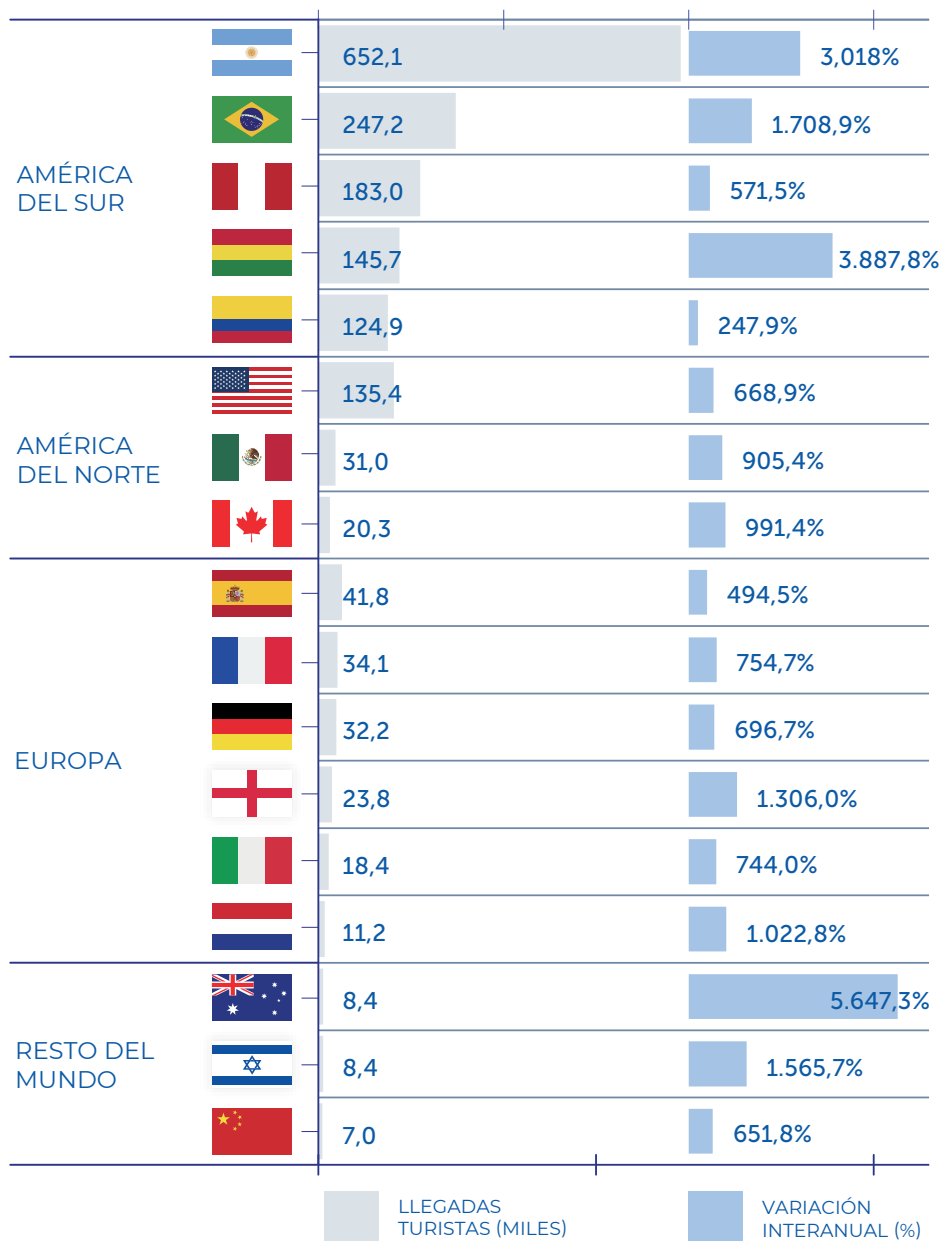
⁴⁰ SERNATUR (2023) Llegadas de Turistas Extranjeros a Chile según Nacionalidad o Paso Fronterizo <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/llegadas-de-turistas-extranjeros-al-pais/>





GRÁFICO 6. Distribución de las llegadas de turistas extranjeros en 2022, según nacionalidad

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS (MILES), POR PRINCIPALES MERCADOS EMISORES, SEGÚN NACIONALIDAD, AÑO 2022



Fuente: SERNATUR (2023)⁴¹

⁴¹ SERNATUR (2023) Llegadas de Turistas Extranjeros a Chile según Nacionalidad o Paso Fronterizo <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/llegadas-de-turistas-extranjeros-al-pais/>

En este contexto, Chile presenta importantes desafíos y oportunidades para fortalecer el impacto del turismo receptivo. Entre ellos, **consolidarse como un destino de turismo sostenible, no masivo y basado en una oferta de experiencias locales de categoría mundial**. Para ello se requiere conocer y atender lo que el mercado internacional requiere de nuestro país en materia de destinos y experiencias. Esto permitirá realizar esfuerzos

promocionales certeros que permitan mejorar el posicionamiento en mercados de alto valor, aumentar el gasto promedio del turista internacional y prolongar su estadía. Estas acciones requerirán necesariamente del **aumento de los recursos destinados a la promoción internacional**, así como de la realización de un marketing efectivo y cautivante.



Lago Chungará

REGIÓN DE ARICA Y PARINACOTA



2.2.5

Turismo interno

El turismo interno ha resultado clave para la recuperación del sector posterior a la pandemia del COVID-19 (Figura 13). La OMT, ya en septiembre de 2020⁴², pronosticaba que el turismo interno se

“recuperaría más rápido y con más fuerza que los viajes internacionales”, destacando su potencial para ayudar a impulsar la recuperación económica de los destinos en todo el mundo.

FIGURA 13. Turismo interno en cifras año 2022

US\$ 7,942
Millones en ingresos
por Turismo Interno

79,3%
De los ingresos totales
por Turismo en Chile

61,1
Millones de
viajes internos

Fuente: SUBTURISMO y SERNATUR (2023)⁴³

En Chile, durante 2022 los viajes turísticos internos totales con pernoctación ascendieron a 61,1 millones apuntando un crecimiento interanual de +24,2%, mientras que los viajes turísticos ocasionales alcanzaron los 38 millones, un +36% respecto al año 2021, situándose—ambos enfoques— en niveles superiores a los registrados en el año pre-crisis 2019. Ese mismo año, los ingresos estimados por concepto de turismo interno fueron de **7.942 millones de dólares**, aumentando un 36,1%

respecto al año 2021. El Gráfico 7 muestra que el flujo de turistas nacionales presenta su peak durante **enero y febrero**, meses en los cuales se realizan más de 15 millones de viajes. **Mayo y junio** son los meses de menor movimiento, en los que los viajes internos bordean los 3 millones mensuales. Dejando fuera los meses de enero y febrero, el **promedio mensual de viajes internos en Chile bordea los 4,5 millones**.

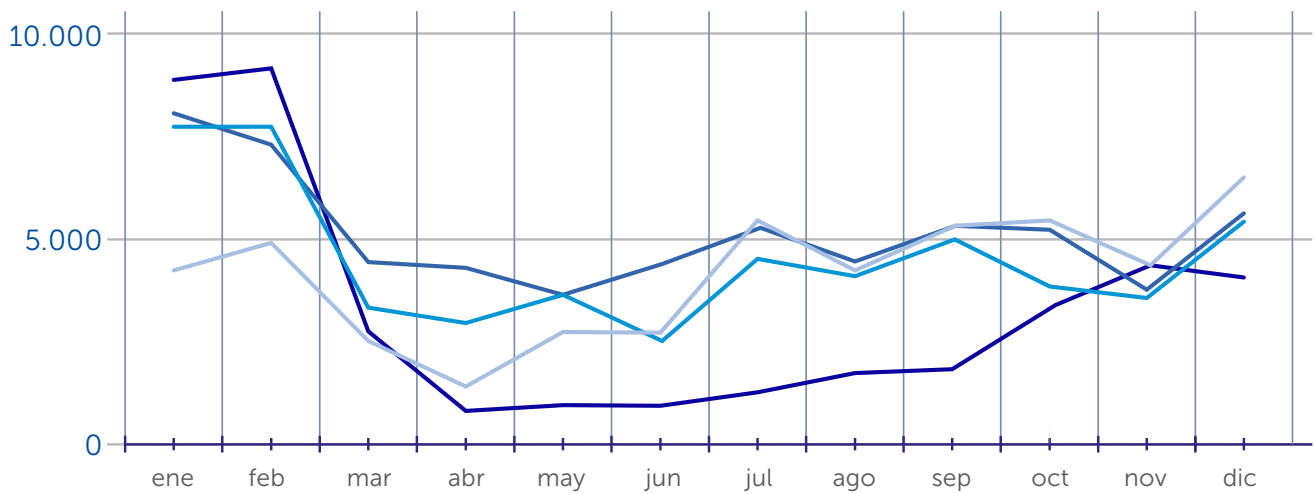
⁴² Organización de Naciones Unidas (2020) COVID-19 y el sector turístico <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>

⁴³ Servicio Nacional de Turismo y Subsecretaría de Turismo (2023) Informe de resultados: Aproximación PIB turístico de Chile <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/03/barometro-de-turismo-febrero-2023.pdf>



GRÁFICO 7. Estacionalidad de los viajes turísticos totales 2019-2023

AÑO — 2019 — 2020 — 2021 — 2022



Fuente: SERNATUR (2023)⁴⁴

⁴⁴SERNATUR (2023) Big Data para el Turismo Interno, <https://www.sernatur.cl/dataturismo/big-data-turismo-interno/>



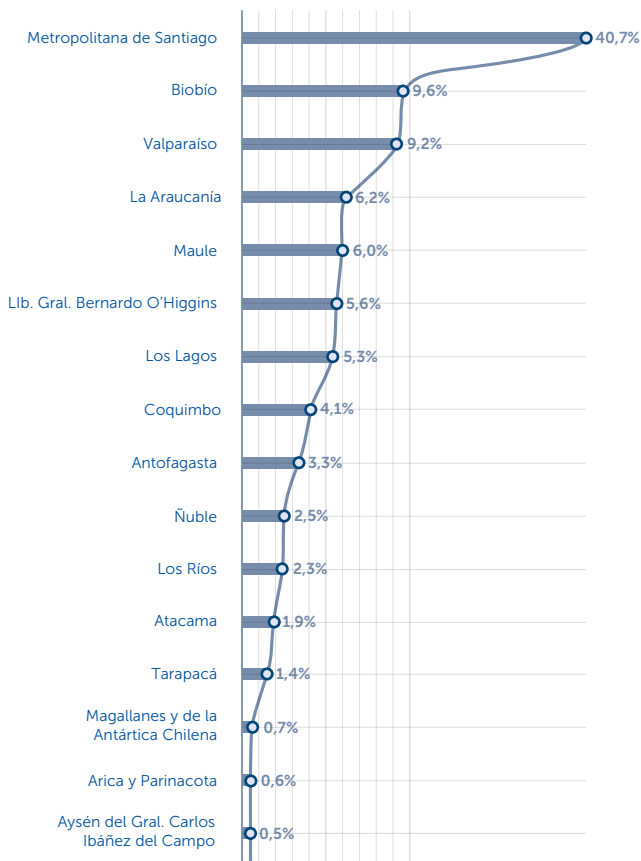


Con relación al origen y destino de los viajes internos, el Gráfico 8 muestra que las principales regiones emisoras de turistas son la Metropolitana, con el 40% de los viajes, Biobío (9,6%) y Valparaíso (9,2%). En términos de las regiones receptoras de turistas nacionales las cifras

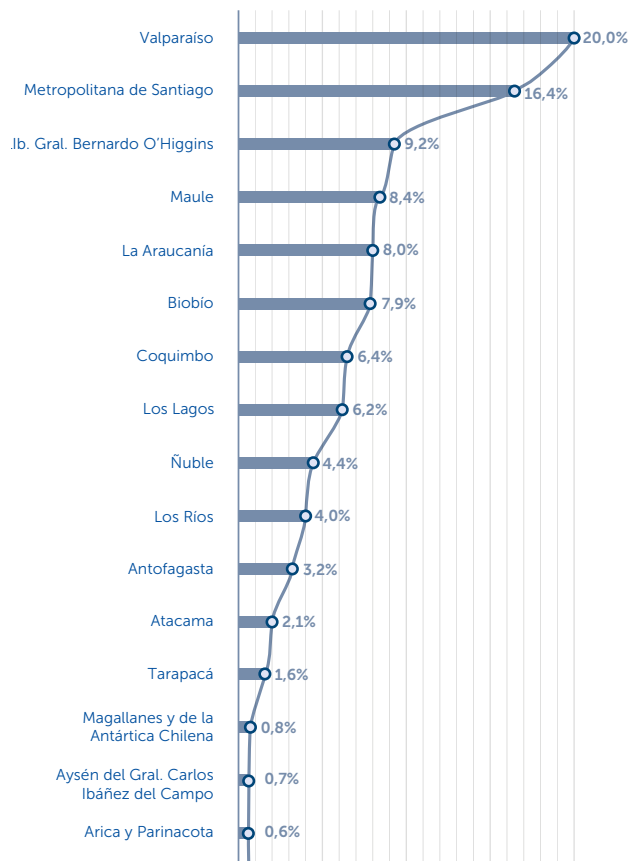
resultan ser más homogéneas, con diversos destinos que fluctúan entre el 6% y 8% de los viajes totales. Las regiones de Valparaíso y Metropolitana son la excepción, con una participación del 20% y 16% respectivamente.

GRÁFICO 8. Origen y destino de los viajes internos totales

REGIÓN DE ORIGEN DE LOS VIAJES TURÍSTICOS TOTALES



REGIÓN DE DESTINO DE LOS VIAJES TURÍSTICOS TOTALES



Fuente: SERNATUR (2023)⁴⁵

⁴⁵ SERNATUR (2023) Big Data Turismo <https://www.sernatur.cl/dataturismo/big-data-turismo-interno/>



**Universidad
de Concepción**
REGIÓN DEL BIOBÍO

Más allá de las cifras y de la contribución económica, el turismo interno tiene un enorme y positivo impacto social, ofreciendo múltiples oportunidades de recreación, bienestar e incluso salud mental para miles de chilenas y chilenos. En este sentido, los **programas de turismo**

social impulsados por la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo han cumplido un doble rol: **impulsar un turismo socialmente más inclusivo y contribuir a aminorar la estacionalidad que presenta el turismo doméstico.**



**2.2.6****Cierre 2023**

A 2023 los ingresos proyectados estimados por turismo ascendieron a USD 13.036 millones, donde USD 9.124 millones corresponden a los ingresos generados por el turismo interno representando el 70,0% de los ingresos. Por otro lado, el turismo receptivo se estima que haya generado USD 2.835 millones lo que equivale al 21,7% de los ingresos totales generados por el turismo.

Según los registros del Servicio de Impuestos Internos (SII), para el año 2022 se contabilizaron 194.075 empresas relacionadas a las Actividades Características del Turismo (ACT) representando una disminución de un 2,6% respecto al año 2021, donde se identificaron

199.232 empresas relacionadas a las ACT. Las ventas reportadas por el SII de las ACT para el año 2022 fueron de UF 1.356 millones, lo que muestra un aumento de 3,3% respecto de las ventas realizadas en el año 2021 (UF 1.313 millones), lo que significa UF43 millones más en ventas netas.

Las personas ocupadas en las ACT para el año 2023 ascendieron a 620.024, representando un 5,1% más respecto del año 2022 donde se alcanzaron 590.074 personas ocupadas. El número de personas ocupadas durante el año 2023 representa el 6,83% de las personas ocupadas en el total de la economía.

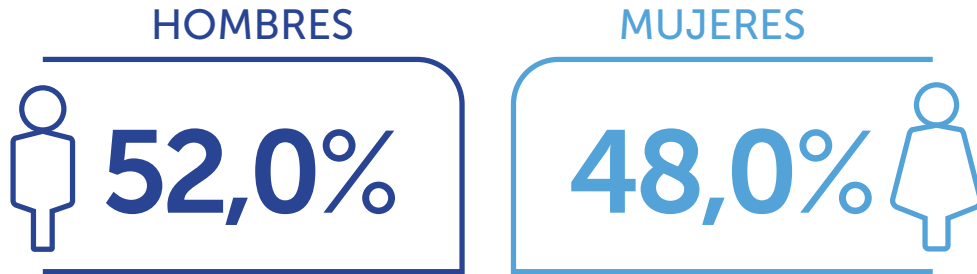
FIGURA 14. Impacto económico del turismo en Chile año 2023



Fuente: SUBTURISMO Y SERNATUR (2022)

Según el sexo de las personas ocupadas se identifica que el 52,0% de las personas ocupadas en las ACT son hombres, y el 48,0% de las personas ocupadas en las ACT son mujeres. Esto muestra una diferencia respecto del año 2022 de 1 punto porcentual más de mujeres ocupadas en las ACT, acortando la brecha de ocupación.

FIGURA 15. Distribución de personas ocupadas en las ACT según sexo, año 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de Instituto Nacional de Estadísticas⁴⁶

Las 620.024 personas ocupadas en las ACT de 2023 se dividen en cuatro grandes actividades que se detallan a continuación, Alojamiento y servicio de comidas con 386.856 personas ocupadas (62,4% del total), Transporte turístico con 88.677 personas ocupadas (14,3% del total), Actividades deportivas, recreativas y culturales con 85.294 personas ocupadas (13,8% del total) y Otras actividades con 59.198 personas ocupadas (9,5% del total).

GRÁFICO 9. Distribución de personas ocupadas según rama ACT, Total Nacional. Año 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de Instituto Nacional de Estadísticas⁴⁶

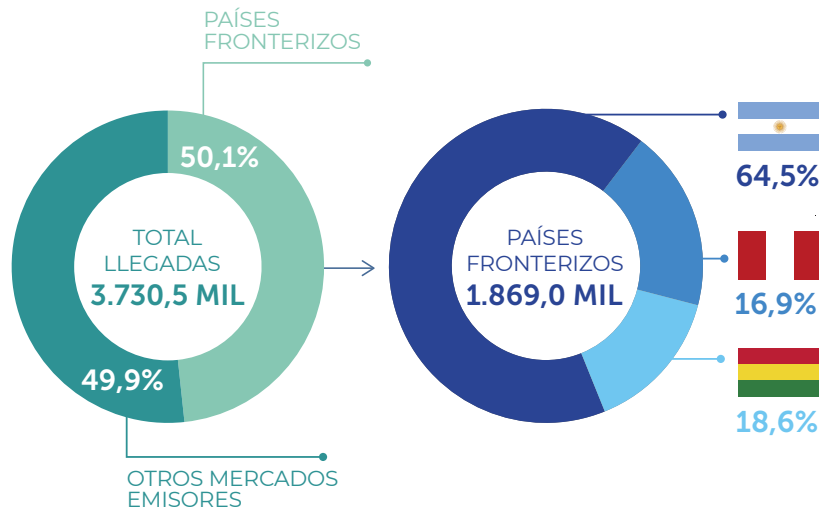
⁴⁶ Estimación de Ocupados en las ACT realizada a partir de la Encuesta Nacional de Empleo, INE-Chile <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/mercado-laboral/ocupacion-en-las-actividades-caracteristicas-del-turismo>



El año 2023 cerró con 3.730.507 llegadas de turistas extranjeros al país, lo que representa un 83,7% más de las llegadas correspondientes al año 2022. Considerando el origen de las personas turistas extranjeras que llegan

a Chile muestra que el 50,1% corresponde a llegadas de turistas provenientes de los países limítrofes, Argentina (1.205.662 llegadas), Bolivia (347.576 llegadas) y Perú (315.752 llegadas).

GRÁFICO 10. Distribución de las llegadas de turistas extranjeros en 2023, según países fronterizos



Fuente: SUBTURISMO Y SERNATUR (2024)⁴⁷

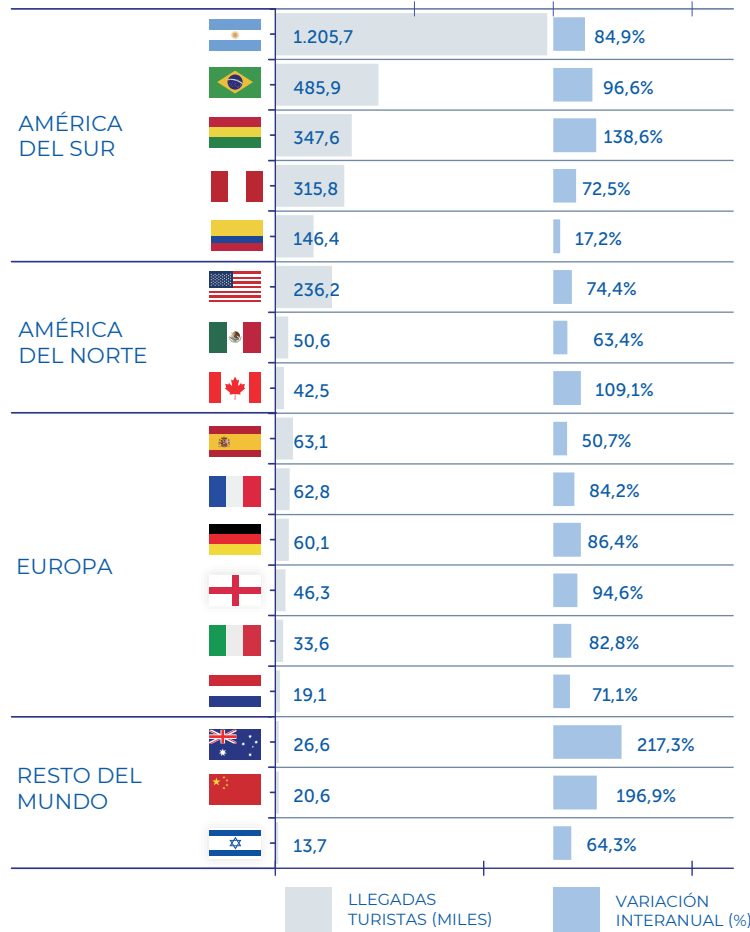
Brasil, por otro lado, se sitúa como el segundo mercado más importante en términos de llegadas y continúa creciendo, alcanzando 485.933 llegadas en 2023 representando un aumento del 96,6% respecto a 2022. Respecto al mercado norteamericano (Estados Unidos, México y Canadá) para 2023 representó el 8,8% de las llegadas totales con 329.297 turistas extranjeros

llegados al país. Las llegadas del mercado europeo (Alemania, España, Francia, Holanda, Italia y Reino Unido) constituyeron el 7,6% del total de las llegadas lo que se traduce en 284.938 turistas. Finalmente, tres mercados lejanos como Australia, Israel y China representaron el 1,6% de las llegadas de 2023, o sea 61.011 turistas extranjeros.

⁴⁷ SERNATUR (2024) Llegadas de Turistas Extranjeros a Chile según Nacionalidad o Paso Fronterizo <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/llegadas-de-turistas-extranjeros-al-pais/>

GRÁFICO 11. Distribución de las llegadas de turistas extranjeros en 2023, según nacionalidad

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS (MILES),
POR PRINCIPALES MERCADOS EMISORES,
SEGÚN NACIONALIDAD, AÑO 2023



Fuente: SUBTURISMO Y SERNATUR (2024)⁴⁸

Respecto al turismo interno se estimó que el año 2023 totalizó con cifras entre 62.906.583 y 68.317.399 viajes con pernoctación de turismo interno, entregando alzas de entre un 3,0% y un 11,8% respecto de los viajes con pernoctación realizados en el año 2022. Considerando estas estimaciones se determina que las regiones con mayor recepción de viajes con pernoctación son, la

Región de Valparaíso (20,0%), Región Metropolitana de Santiago (16,4%) y la Región Libertador Bernardo O’Higgins (9,2%). A nivel comunal, las principales comunas receptoras de los viajes de turismo interno son, Viña del Mar (2,67%), El Tabo (1,76%) y la comuna de Santiago (1,68%).

⁴⁸ SERNATUR (2024) Llegadas de Turistas Extranjeros a Chile según Nacionalidad o Paso Fronterizo <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/llegadas-de-turistas-extranjeros-al-pais/>





Isla de Chiloé
REGIÓN DE LOS LAGOS



2.3

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DEL SECTOR TURISMO EN CHILE AL 2035

Hoy es necesario repensar y redefinir los criterios que establecen un turismo exitoso. A partir **del inédito proceso participativo desarrollado** en el marco de esta Estrategia se logró aunar las voces de diversos sectores entre ellos: gobiernos regionales, instituciones públicas, empresas y emprendimientos,

comunidades locales, academia, especialistas, sociedad civil, gremios, prestadores de servicios, y en general, de una amplia representación de los actores relevantes del sector turismo en Chile. Estos son los desafíos y oportunidades, que, en su conjunto, el sector turismo visualiza de cara a 2035.

2.3.1

Desafíos

Turismo, política de Estado relevante

El deseo transversal de los actores del sector es que el turismo sea considerado como una política de Estado relevante, pero ¿qué significa esto? En esencia, una acción decidida y articulada del Estado en beneficio del turismo. Esto implica un desempeño interministerial coordinado y promotor del turismo en ámbitos tan cruciales como la infraestructura con criterios turísticos, los diseños urbanos, la adaptación de regulaciones con foco en las particularidades del sector, la promoción turística tanto interna como internacional, la formación de capital humano y la adecuación de instrumentos de fomento e inversión y apoyo para emprendimientos y empresas, por mencionar algunos.

Turismo sustentable: alto impacto y baja huella

Chile cuenta con un gran potencial de crecimiento turístico. Este crecimiento debe ser armónico, en calidad más que en cantidad, orientado hacia el bienestar de las personas, la protección de la biodiversidad y promotor de la identidad, cultura y patrimonio. El desafío está en que el gran potencial de crecimiento turístico con que cuenta Chile no redunde en daño en el medioambiente y sea capaz de sobreponerse a las crisis socioeconómicas y ambientales. Incorporar la sostenibilidad turística en el diseño e implementación de las políticas públicas y masificar las buenas prácticas empresariales son las principales tareas para transitar hacia un turismo bajo en emisiones de carbono y resiliente frente a múltiples fenómenos, incluido el cambio climático.

Cultura turística: anfitriones orgullosos y responsabilidad en quienes viajan

El reconocimiento y valoración del turismo por parte del Estado y la sociedad chilena en su conjunto, como una actividad relevante para el crecimiento sustentable e inclusivo de Chile, implica trabajar de forma permanente en la consolidación de una actitud favorable hacia el turismo desde todos los ámbitos y sectores de la sociedad y el territorio mediante la instalación de capacidades y conocimiento. Ello requiere promover por sobre todo el cuidado de los espacios públicos, la valoración y el respeto de las culturas e identidades locales, la comprensión de los amplios beneficios que un turismo bien gestionado puede aportar al país.

Un turismo descentralizado y articulado

Los 16 gobiernos regionales de Chile serán cada vez más protagonistas del desarrollo turístico descentralizado y articulado, mediante el diseño de políticas regionales, planes, proyectos y programas que contribuyan al desarrollo turístico en la región y que serán ejecutados con recursos propios. En este sentido, la Estrategia juega un rol fundamental en el propósito de lograr que Chile tenga una propuesta de valor turístico clara y consistente a nivel país, y a la vez, que cada una de las regiones logre desarrollar su potencial e identidad turística particular.

Turismo interno pujante

El turismo interno es la base económica y social de la industria, con millones de residentes que viajan anualmente por el país **generando ingresos, empleos y vigorizando el sector. El desafío, entonces, consiste en consolidar una oferta capaz de generar flujos a lo largo de todo el año, en todas las regiones y con altos niveles de inclusión y accesibilidad, siguiendo las transiciones internacionales hacia la movilidad verde y la innovación digital.** Turismo de calidad para todas y todos.

Con viajeros/as internacionales comprometidos

Los recursos naturales y culturales son únicos y también frágiles. Los esfuerzos deben avanzar por atraer turistas extranjeros inspirados por la búsqueda de experiencias memorables, comprometidos con el cuidado y sostenibilidad de los destinos, así como también con capacidad de realizar estadías más largas que se reflejen en un mayor gasto turístico. Es un desafío proyectarse fijando límites a la masividad de turistas según la capacidad de recepción que tengan los destinos turísticos.



Cabo de Hornos
REGIÓN DE MAGALLANES Y
DE LA ANTÁRTICA CHILENA



2.3.2

Oportunidades

Posicionamiento del turismo de naturaleza y aventura

Los reconocimientos hacia Chile como un destino de naturaleza y aventura de categoría mundial han sido múltiples y frecuentes. El país ha ganado nueve veces consecutivas los World Travel Awards (WTA) en la categoría **Mejor Destino de Aventura de Sudamérica** y dos veces como **Mejor Destino Verde a nivel mundial**. En 2020, Chile ocupó el segundo lugar en el prestigioso **Adventure Tourism Development Index**, el principal índice de desarrollo y competitividad del turismo aventura a nivel mundial⁴⁹. Adicionalmente, decenas de prestigiosos medios y publicaciones como **National Geographic** y **Lonely Planet**⁵⁰, han destacado a Chile como un destino de naturaleza sobresaliente y aventuras memorables.

Este reconocimiento no ha llegado solo por los atractivos naturales de Chile, sino que también ha sido fruto de un trabajo decidido⁵¹ para fortalecer la calidad de las **experiencias turísticas en un marco de formalidad y alto nivel de especialización**. Consolidar el posicionamiento de Chile como destino de naturaleza y aventura sustentable requiere de continuidad y reforzamiento en áreas tales como **capital humano, seguridad, marketing y diseño de experiencias**.

Turismo sostenible en áreas protegidas

Chile se ha destacado por la significativa expansión de sus áreas protegidas, las que actualmente representan el **22% del territorio nacional**. Estas constituyen una de las principales motivaciones de viaje, tanto para turistas nacionales como extranjeros, los que en 2019 superaron los 3,5 millones de visitas al actual Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE). En junio de 2023, se aprobó la creación del **Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas (SBAP)**, servicio público centrado exclusivamente en la protección de la biodiversidad terrestre y marina de Chile. El SBAP contempla la creación de un único⁵² **Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP)**, integrado por todas las áreas protegidas existentes en Chile, marinas y terrestres, pública y privadas, pasando de once categorías de conservación a seis⁵³. La vinculación de la actividad turística con el SBAP plantea desafíos y oportunidades relevantes para el sector en términos de consolidar un turismo ambientalmente responsable, incluso con las comunidades locales y económicamente rentable para contribuir con el financiamiento de la conservación y regeneración de la biodiversidad.

⁴⁹ Adventure Tourism and Travel Association (2020) Mejor Destino Verde a nivel mundial. <https://learn.adventuretravel.biz/research/2020-adventure-tourism-development-index>

⁵⁰ Lonely Planet (2023) Best in Travel <https://www.lonelyplanet.com/best-in-travel>

⁵¹ SUBTURISMO (2023) Plan de Recuperación y Fortalecimiento del Turismo Aventura y Transforma Turismo (2021) Plan Nacional de Impulso al Turismo de Montaña

⁵² Actualmente las áreas protegidas se encuentran dispersas en cinco ministerios distintos

⁵³ Homologándose con las categorías establecidas por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Oferta de experiencias locales:

Durante la última década se ha impulsado vigorosamente el desarrollo de experiencias turísticas que capitalicen las vocaciones y ventajas comparativas de Chile, esto en colaboración con el sector privado, la sociedad civil y la academia. Entre éstas se encuentran **naturaleza, aventura** (que a su vez incluye múltiples sub-experiencias), **montaña, enoturismo, astroturismo, turismo gastronómico, turismo científico, turismo rural, turismo indígena**. De esta forma, el impulso y consolidación de *experiencias ancla* resulta clave para posicionar nuevos destinos turísticos en Chile, promoviendo además una **oferta con base local e inclusiva**.

Rutas escénicas, articulando destinos y experiencias

Las rutas escénicas constituyen una oportunidad única para Chile. Además de su atractivo natural y cultural, el país cuenta con una infraestructura vial de alto nivel que permite plantear la consolidación de diversas rutas y circuitos ya definidos⁵⁴. Estas rutas, más que simples trayectos, se convierten en consolidadores de una variada oferta de experiencias, integrando una diversidad de territorios y destinos. Ejemplos notables de apuestas como la **Ruta Escénica Lagos y Volcanes (Red Interlagos)** y la **Ruta de los Parques de la Patagonia (Carretera Austral)**, evidencian la importancia que éstas tiene para el posicionamiento turístico de Chile.

⁵⁴Rutas Chile <https://www.rutaschile.com/>





chile.travel





El Proceso

UNA ESTRATEGIA
**PARTICIPATIVA Y
DESCENTRALIZADA**

La elaboración de la Estrategia Nacional se desarrolló en **tres fases consecutivas** que permitieron llegar a una hoja de ruta y un relato compartido, como expresión de las miradas y sueños de más de **2.200 personas** que participaron en **97 espacios** de reflexión

y diálogo, relevando así las características y riqueza de la diversidad territorial, social y cultural de Chile. Para el levantamiento y sistematización de la información se utilizaron metodologías cuantitativas y cualitativas con un enfoque participativo.

3.1

LAS FASES DEL PROCESO

FASE 1

Actualización de un diagnóstico (diciembre 2022 - marzo 2023):

Esta fase tuvo como objetivo caracterizar el escenario turístico internacional, nacional y regional.

- **Claves del contexto internacional y Agenda 2030:**

Para situar el análisis de la situación del turismo en Chile se contempló la revisión de la experiencia internacional en al menos once países de referencia para el turismo en el país. Se procedió a la revisión y análisis de fuentes secundarias de información, incluyendo documentos de políticas y estrategias internacionales; páginas web institucionales; artículos y documentos relevantes de organismos internacionales; índices y datos internacionales; así como el análisis comparado de políticas e indicadores con dichos países de referencia. Esto permitió tener una mirada comprehensiva sobre la situación del turismo en el mundo y los desafíos de la industria en un escenario post pandemia.

- **Diagnóstico del turismo en Chile:** La elaboración del diagnóstico de Chile contempló el levantamiento de información a partir de la revisión de documentos, informes y material relevante vinculado al turismo en Chile. Con el fin de asegurar un enfoque descentralizado y representativo de los distintos

grupos de interés y las regiones, la información secundaria fue complementada con información primaria recopilada mediante 34 entrevistas a especialistas y autoridades, cinco talleres en formato virtual - presencial con profesionales de la Subsecretaría de Turismo y Servicio Nacional del Turismo, Secretarías Regionales Ministeriales de Economía Fomento y Turismo, municipios y gremios, así como espacios de reflexión grupal mediante formularios online con los principales actores del sistema.

- **Participación en taller nacional de programas estratégicos de CORFO liderado por Transforma Turismo:** Espacio participativo con profesionales de todo el país, para identificar brechas y priorizar desafíos.

FASE 2

Elaboración de una propuesta
(abril - agosto 2023):

Esta fase tuvo como objetivo diseñar de manera participativa y descentralizada la Estrategia Nacional de Turismo. Se realizaron 37 talleres en formato virtual y presencial.

- **18 Talleres regionales presenciales:** Espacios de trabajo participativo y de intercambio de experiencias, en el que se identificaron los principales atractivos, actores, sueños y desafíos transversales del sector. A nivel nacional, se desarrollaron un total de 16 talleres regionales y 2 talleres insulares: Rapa Nui y Chiloé.
- **19 Talleres temáticos virtuales:** Espacios de participación profundización y especialización del debate en aquellas temáticas que fueron identificadas en las etapas previas como aspectos relevantes y transversales para el desarrollo del turismo. Se trabajó sobre 19 temas.

FASE 3

Validación participativa y apropiación
(agosto - noviembre):

Esta fase tuvo como objetivo socializar los principales hallazgos y resultados obtenidos a partir de los espacios participativos previos y al mismo tiempo garantizar la devolución y apropiación de estos. Asimismo, se trabajó en la validación de una estructura preliminar de la Estrategia, así como la preparación de visiones regionales y priorización de las líneas de acción. Se realizaron 20 instancias de trabajo participativo (Figura 16) que funcionaron con una estructura iterativa.

- **3 Talleres con actores clave:** Espacios de trabajo participativo presenciales y virtuales con actores clave del sector. Se realizaron talleres de trabajo con equipos profesionales de la Subsecretaría de Turismo, SERNATUR, y espacios de diálogo con actores clave tales como gremios, Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMIAS) de Economía Fomento y Turismo, y Directoras y Directores Regionales de SERNATUR.
- **16 talleres presenciales regionales:** Espacios de trabajo participativo que se desarrollaron en forma presencial en cada región, permitiendo la socialización y apropiación de la estructura preliminar de la Estrategia y priorización de aspectos clave a escala regional. A nivel nacional, se desarrollaron un total de 16 talleres participativos, uno por región y **1 taller virtual con Rapa Nui.**



FIGURA 16. Las fases del proceso y sus instrumentos



Fuente: Elaboración propia en base a metodología de co-construcción



Lago Grey
 REGIÓN DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA

3.2

LA PARTICIPACIÓN COMO PRINCIPAL SELLO DE LA ESTRATEGIA

Considerando el desafío de incorporar las voces de todas y todos, así como la mirada territorial, la formulación de la Estrategia contempló múltiples espacios de diálogo, discusión y reflexión sobre los desafíos del turismo en Chile, en los que fueron protagonistas los

territorios, las regiones, actores gremiales, instituciones públicas, emprendedores de la industria, autoridades, comunidades locales, especialistas, sociedad civil, academia y ciudadanía (Figura 17).

FIGURA 17. Participación regional

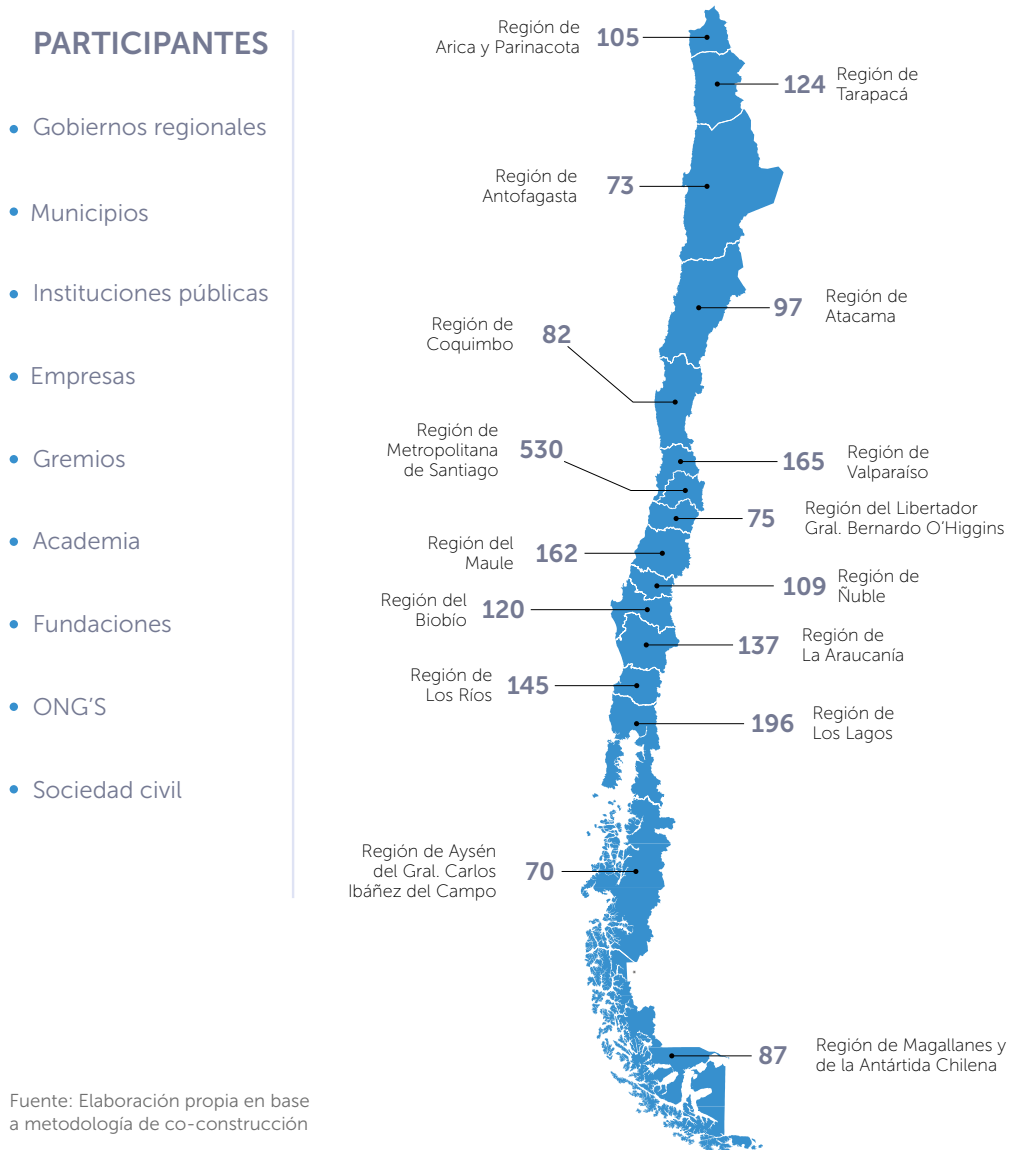


FIGURA 18. Síntesis participación del proceso



Fuente: Elaboración propia en base a metodología de co-construcción



Baños termales Pucón
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA



chile.travel



LA ESTRATEGIA

La transición hacia un mundo sostenible es hoy un imperativo global que está siendo asumido por las economías internacionales y nacionales, cambiando sus lógicas e innovando en sus sistemas productivos.

El turismo tiene un compromiso con las políticas de desarrollo que abordan los nuevos desafíos del contexto global, a la vez que una respuesta de sinergia al Estado y su inversión en la innovación a largo plazo.

Por eso, la Estrategia busca consolidar a Chile **como un destino reconocido a nivel mundial por su apuesta en el turismo sostenible**. A su vez, esa consolidación debe ser instrumentalizada para contribuir, desde el turismo, a la construcción de un modelo de desarrollo de un país más próspero, inclusivo y orgulloso de su patrimonio, su capital natural y cultural.

- En consonancia con el informe del World Economic Forum (WEF), "El Futuro de la Naturaleza y las Empresas", el turismo puede colaborar en la sostenibilidad del desarrollo productivo por su efecto simultáneo en los ámbitos económico, social y medioambiental.

En lo económico, apoya la reducción de la incertidumbre financiera gracias a su posibilidad de crear empleos.

- En lo medioambiental, contribuye a mitigar las consecuencias del cambio climático cuando promueve infraestructura y cadenas de suministro con energías limpias; construcciones turísticas que no destruyan el hábitat; alimentación de origen local; uso de productos de la economía circular y movilidad sostenible.
- En lo social, fortalece el capital humano cuando forma competencias en las personas vinculadas a la oferta turística, con enfoque de género en la medida que fortalece también e igualdad de oportunidades en la participación en el sector.

El propósito de la Estrategia Nacional es **sentar bases sólidas para avanzar en estos desafíos y que el turismo en Chile se desarrolle y prospere en el camino de la sostenibilidad**. Esto incluye un fuerte impulso a la competitividad y rentabilidad de la industria basado en un fortalecimiento de la calidad de vida de personas viajeras y comunidades residentes de destinos, a partir del resguardo del patrimonio natural y cultural de los territorios.

4.1

FOCOS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Afrontar el futuro con mayor certeza, requiere entonces, de modelos y prácticas innovadoras, resilientes y sostenibles, que hagan frente al cambio climático y pérdida de biodiversidad, aumenten los niveles de inclusión e igualdad de género, y permitan enfrentar las crisis económicas, y de otra índole, que forman parte del escenario global, **sin dejar a nadie atrás**. Para avanzar en esta dirección, todos los actores del sector deben formar parte de alianzas multisectoriales que aceleren el cambio deseado. Para dar respuesta a los desafíos mencionados, **la Estrategia pondrá énfasis en los siguientes focos estratégicos:**

Economía: El turismo contribuye con propósito y pertinencia territorial a la economía chilena.

Medioambiente: El turismo aporta a la conservación y regeneración de nuestro medioambiente.

Comunidades: Somos anfitriones orgullosos y conscientes del valor del turismo.

Visitantes: Chile ofrece experiencias turísticas sobresalientes en todo el territorio.

A partir de los focos definidos, se plantean los siguientes **objetivos estratégicos:**

- Incrementar la competitividad del sector, mediante la articulación de sectores relevantes -públicos y privados-, resguardando el crecimiento sostenible y equitativo de los territorios y generando impacto en el desarrollo productivo regional.
- Facilitar el acceso a los beneficios de bienestar y salud mental que genera el turismo, mediante la puesta en valor del patrimonio, la identidad local y el intercambio sociocultural.
- Generar impacto positivo en las comunidades donde se desarrolla el turismo, promoviendo la inclusión, equidad e igualdad de género, a través del uso de herramientas innovadoras de colaboración público-privadas.
- Generar las condiciones y facilitar la implementación de buenas prácticas para el cuidado y regeneración medioambiental, promoviendo estrategias de adaptación y resiliencia ante el cambio climático.



FIGURA 19. Participación regional talleres presenciales y virtuales

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1 MEJORAR LA COMPETITIVIDAD
mediante articulación intersectorial, resguardo del crecimiento sostenible y equitativo, impacto en el desarrollo productivo regional.

2 FACILITAR EL ACCESO A BENEFICIOS DE TURISMO
mediante la puesta en valor de patrimonio, identidad local, intercambio sociocultural.

3 IMPACTAR EN COMUNIDADES ANFITRIONAS
mediante innovación público-privada promover la inclusión equidad, igualdad de género.

4 FACILITAR EL CUIDADO Y REGENERACIÓN MEDIOAMBIENTAL
mediante estrategias de adaptación y resiliencia al cambio climático.



Reserva Nacional Nalcas
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

4.2

VISIÓN

“Al 2035, Chile será reconocido por consolidar el turismo como una actividad estratégica y esencial para el desarrollo sostenible de sus regiones, contribuyendo al bienestar de las personas y comunidades, a la conservación del medio ambiente y al crecimiento económico”.

Costa del Maule
REGIÓN DEL MAULE





4.3

PRINCIPIOS TRANSVERSALES

Los principios transversales rigen y orientan la Estrategia en su contribución hacia el desarrollo más sostenible del turismo. Estos se plasman, además, en los pilares y líneas de acción planteados para su implementación. **Los principios transversales son seis:**



Glaciar

REGIÓN DE AYSÉN DEL GENERAL
CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO

1

DESCENTRALIZACIÓN

Promover la transferencia de competencias y recursos en concordancia con la ley de descentralización, de acuerdo con las características específicas de los territorios.

2

INCLUSIÓN Y EQUIDAD

Avanzar en la reducción de desigualdades y disminuir pobreza, aumentando el acceso al turismo de personas de todas las condiciones y realidades.

3

IGUALDAD DE GÉNERO

Acelerar la consecución de la igualdad de oportunidades de participación y liderazgo en el sector y del empoderamiento de las mujeres, sin discriminación a personas LGBTIQ+.

4

PARTICIPACIÓN

Avanzar en el involucramiento de la ciudadanía en los procesos de toma de decisiones públicas que tienen repercusión en sus vidas.

5

SOSTENIBILIDAD

Avanzar en satisfacer las necesidades de visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas, teniendo en cuenta las repercusiones, actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales.

6

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL, CULTURAL Y GASTRONÓMICO

Realzar el papel del turismo en la gestión efectiva del patrimonio de interés turístico.





Valle de Colchagua

REGIÓN DE O'HIGGINS DEL LIBERTADOR
GENERAL BERNARDO O'HIGGINS



4.4

PILARES Y LÍNEAS DE ACCIÓN



La Estrategia se estructura en **6 pilares estratégicos y 33 líneas de acción**. Cada línea de acción constituye el marco para las iniciativas que conformen los planes estratégicos a ejecutarse en las distintas fases de implementación de la Estrategia. Esto es: dinamización, consolidación y aceleración (ver Figura 21).

regionales. Esto debe hacerse en consonancia con las visiones de desarrollo propias de cada región. La inclusión efectiva de estos elementos en el diseño de políticas, estrategias, planes y programas regionales es crucial para alcanzar los objetivos estratégicos a nivel nacional.

El éxito de esta Estrategia depende en gran medida de la integración y alineación de los pilares, líneas de acción e iniciativas por parte de los gobiernos



PILAR 4

INTELIGENCIA TURÍSTICA Y PLANIFICACIÓN

- 18. Información actualizada y accesible
- 19. Inteligencia de mercado
- 20. Investigación y estudios
- 21. Planificación estratégica integrada
- 22. Planificación territorial con enfoque turístico
- 23. Monitoreo continuo del sector turístico



PILAR 5

ECOSISTEMAS PRODUCTIVOS DE ALTO IMPACTO

- 24. Capital humano especializado y empleo de calidad
- 25. Transformación digital
- 26. Desarrollo y transferencia tecnológica
- 27. Competitividad, innovación y acceso a instrumentos de fomento
- 28. Formalización y sistema de registro, calidad y seguridad turística
- 29. Gestión de la estacionalidad



PILAR 6

INVERSIÓN TURÍSTICA VERDE

- 30. Inversión interministerial en infraestructura estratégica para el turismo
- 31. Promoción de sistemas multimodales de transporte
- 32. Entorno favorable para inversión pública y privada
- 33. Puesta en valor del patrimonio natural y cultural de interés turístico



4.5

METAS ESTRATÉGICAS

META 1

Aumentar el número de llegadas y cantidad de viajes con pernoctación de turismo interno (índice compuesto de cantidad del Turismo).

A 2026

20%

de crecimiento del índice compuesto de cantidad del Turismo en relación con el año 2022.

A 2030

30%

de crecimiento del índice compuesto de cantidad del Turismo en relación con el año 2022.

A 2035

50%

de crecimiento del índice compuesto de cantidad del Turismo en relación con el año 2022.

Indicador compuesto que abarca el número de turistas internacionales que llegan al país y la cifra de viajes con pernoctación realizados por residentes dentro de las fronteras nacionales.

2021 fue el peor año de la historia del Turismo en cuanto al Turismo Receptivo por el profundo impacto que tuvo la pandemia.

META 2

Aumentar el empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT).

90.000

Personas ocupadas adicionales en las ACT en relación a 2022.

210.000

Personas ocupadas adicionales en las ACT en relación a 2022.

320.000

ocupados adicionales en las ACT en relación a 2022.

Estas metas podrán ser ajustadas ya que la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo tienen una capacidad limitada para influir directamente en la creación de empleo.

2023 fue un año atípico en cuanto al número de comunas que abarcaron los programas de turismo social; a pesar de que se abarcaron 52.069 pasajeros, estos fueron distribuidos de manera más grande debido a contingencias.

<p>META 3</p> <p>Incrementar los ingresos totales del turismo.</p>	<p>META 4</p> <p>Aumentar la participación de cantidad de comunas/destinos turísticos beneficiados durante el año t por los 3 programas sociales de Turismo Interno.</p>
<p>A 2026</p> <p>6.000</p> <p>millones de dólares adicionales en relación a 2022.</p>	<p>20%</p> <p>de participación de comunas/destinos turísticos del país beneficiados por los programas sociales del Turismo Interno durante el año t.</p>
<p>A 2030</p> <p>9.000</p> <p>millones de dólares adicionales en relación a 2022.</p>	<p>22%</p> <p>de participación de comunas/destinos turísticos del país beneficiados por los programas sociales del Turismo Interno durante el año t.</p>
<p>A 2035</p> <p>13.000</p> <p>millones de dólares adicionales en relación a 2022.</p>	<p>25,2%</p> <p>de participación de comunas/destinos turísticos del país beneficiados por los programas sociales del Turismo Interno durante el año t.</p>
<p>Se establecen objetivos específicos de creación de empleo en empresas pertenecientes a Actividades Características del Turismo. Se plantea la meta de generar más de 90.000 puestos de trabajo para 2026, alcanzar 210.000 para 2030 y 320.000 para 2035. La meta para 2026 se alinea con compromiso anunciado por el Ministro de Economía. Estos objetivos podrán ser ajustados ya que la Subsecretaría y el Servicio Nacional de Turismo tienen una capacidad limitada para influir directamente en la creación de empleo.</p>	<p>El año base de la propuesta fue el año 2022, en que los programas de turismo interno beneficiaron a 62 comunas/destinos.</p> <p>El cálculo de pasajeros para la propuesta de reemplazo contempla un aumento en el número promedio de pasajeros por destino (pasando de 1.028,4 a 1.080) de manera de aumentar la ocupabilidad.</p> <p>La definición de comunas de destino no es fija, debe ser flexible dependiendo de las tasas de ocupabilidad que presenten y factores externos.</p> <p>Los aumentos presupuestarios podrán ser destinados a nuevos grupos sociales/segmentos de mercado que se estimasen pertinentes para aumentar la cobertura comprometida.</p>



META 5

Incrementar porcentaje de la población beneficiada/atendida durante el año t respecto al año 2022 por los 3 programas sociales de Turismo Interno.

A 2026

4,2%

de aumento en la población beneficiada del país por los programas sociales del Turismo Interno en relación con el año 2022.

A 2030

14,7%

de aumento en la población beneficiada del país por los programas sociales del Turismo Interno en relación con el año 2022.

A 2035

31,3%

de aumento en la población beneficiada del país por los programas sociales del Turismo Interno en relación con el año 2022.

El año base de la propuesta fue el año 2022, en que los programas de turismo interno beneficiaron a 62 comunas/destinos.

(El cálculo de pasajeros para la propuesta de reemplazo contempla un aumento en el número promedio de pasajeros por destino (pasando de 1.028,4 a 1.080) de manera de aumentar la ocupabilidad.

La definición de comunas de destino no es fija, debe ser flexible dependiendo de las tasas de ocupabilidad que presenten y factores externos.

Los aumentos presupuestarios podrán ser destinados a nuevos grupos sociales/segmentos de mercado que se estimasen pertinentes para aumentar la cobertura comprometida.

META 6

Incorporar enfoques de capital natural y valorización de servicios ecosistémicos en la gestión sustentable del turismo en áreas protegidas (AP) de Chile, con el fin de cuidar el patrimonio natural del país.

2 casos de estudio de factibilidad en áreas protegidas para Pago por Servicio Ecosistémico (PSE) en Parques Nacionales.

1 indicador para la Valorización del Capital Natural en AP considerando dos casos de estudio.

1 propuesta de diseño institucional para una eventual gobernanza de mecanismos de PSE con el sector turismo.

1 sistema de PSE diseñado en AP abiertas al turismo con un piloto en dos de ellas.


1 indicador de aplicación para la Valorización del Capital Natural en AP piloteado en al menos 15 AP.

1 Sistema de Pago por Servicio Ecosistémico implementado en Parques nacionales abiertos al turismo a nivel nacional.

1 indicador ampliado para la Valorización del Capital Natural en AP con plan de mejora y mantenimiento del Capital Natural previamente medido.

Las metas están supeditadas al resultado positivo de factibilidad y validación de las metas precedentes.

Dicho indicador debe orientarse a definir la capacidad de carga para mantener stock de capital natural y que pueda ser de uso permanente o cotidiano en áreas protegidas abiertas al turismo.

A group of six hikers is walking across a vast, white glacier. They are wearing colorful outdoor gear and carrying backpacks. In the background, there are dark, rocky mountains with patches of snow and a large, snow-capped peak under a blue sky with white clouds. The scene is set in a high-altitude, mountainous region.

Parque Nacional Laguna San Rafael

REGIÓN DE AYSÉN DEL GENERAL
CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO

⁵⁵ El índice compuesto de cantidad es una medida que combina dos indicadores clave del turismo: las llegadas de turistas internacionales y los viajes con pernoctación de turistas internos. Las llegadas internacionales se cuentan en número de turistas, mientras que los viajes internos pueden ser realizados por una o más personas. Para integrar estos datos, se asigna un peso a cada indicador basado en su contribución a los ingresos del sector turístico en el año base 2019. Específicamente, la ponderación de cada indicador refleja su porcentaje en el gasto turístico total estimado para ese año. Por un lado, se considera el gasto de turistas extranjeros en relación con el total (receptivo e interno), y por otro, el gasto asociado a viajes con pernoctación de residentes en Chile también en relación con el gasto total.

⁵⁶ El Empleo en las Actividades Características del Turismo se refiere a la estimación de las personas ocupadas en sectores específicos del turismo, basándose en datos de la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y de los Registros Administrativos del Servicio de Impuestos Internos (SII). Este indicador abarca ocupaciones en sectores como alojamiento, servicios de comida, transporte turístico, actividades recreativas, culturales, deportivas y otras actividades turísticas. Se caracteriza por diversos aspectos, incluyendo género (hombres y mujeres), región (16 regiones de Chile), formalidad laboral (trabajos formales e informales) y categoría laboral (dependientes e independientes). La población objetivo son aquellos ocupados en empresas cuyas actividades económicas principales están ligadas al turismo, según los 40 códigos de actividad económica prioritarios del Turismo (ACT) del Clasificador Industrial Internacional Uniforme (CIIU, Rev.4).

⁵⁷ La estimación de los ingresos totales del turismo proviene del cálculo del Gasto Turístico Interior: que incluye todo el gasto turístico de visitantes, tanto residentes como no residentes, en la economía de referencia, siendo la suma del gasto turístico interno y el gasto turístico receptor. Incluye la adquisición de bienes y servicios importados al país de referencia y vendidos a visitantes. Este indicador proporciona la medición más completa del gasto turístico en la economía de referencia e incluye también los gastos incurridos por residentes que realizan viajes internacionales en la economía de referencia (viajes emisores remanentes).

FIGURA 20. Estructura de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035

VISIÓN

Chile será reconocido por consolidar el turismo como una actividad estratégica y esencial para el desarrollo sostenible de sus regiones, contribuyendo al bienestar de las personas y comunidades, a la conservación del medio ambiente y al crecimiento económico

PRINCIPIOS TRANSVERSALES					
• Descentralización		• Igualdad de Género		• Sostenibilidad	
• Inclusión y Equidad		• Participación		• Conservación del Patrimonio natural, cultural y gastronómico	
METAS ESTRATÉGICAS AL 2035 *					
Aumentar el número de llegadas y cantidad de viajes con pernoctación de turismo interno (índice compuesto de cantidad del Turismo)		Aumentar el empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT)		Incrementar los ingresos totales del turismo	
META 50% de crecimiento		META 320.000 personas ocupadas adicionales en las ACT		META 13.000 millones USD adicionales	
Aumentar cantidad de comunas/destinos turísticos beneficiados durante el año t por los 3 programas sociales de Turismo Interno		Incrementar porcentaje de la población beneficiada/atendida durante el año t por los 3 programas sociales de Turismo Interno		Incorporar enfoques de capital natural y valorización de servicios ecosistémicos en la gestión sustentable del turismo en áreas protegidas de Chile, con el fin de cuidar el patrimonio natural del país	
META 25,2% de participación de comunas/destinos		META 40,3% de aumento en la participación de población beneficiada		1 Sistema de Pago por Servicio Ecosistémico 1 Indicador ampliado para la Valorización del Capital Natural	
PILARES ESTRATÉGICOS					
GOBERNANZAS SECTORIALES	TURISMO SOSTENIBLE	POSICIONAMIENTO Y EXPERIENCIAS ÚNICAS	INTELIGENCIA TURÍSTICA Y PLANIFICACIÓN	ECOSISTEMAS PRODUCTIVOS DE ALTO IMPACTO	INVERSIÓN TURÍSTICA VERDE
5	8	4	6	6	4
LÍNEAS DE ACCIÓN	LÍNEAS DE ACCIÓN	LÍNEAS DE ACCIÓN	LÍNEAS DE ACCIÓN	LÍNEAS DE ACCIÓN	LÍNEAS DE ACCIÓN
FASES DE IMPLEMENTACIÓN					
DINAMIZACIÓN 2024 - 2026		CONSOLIDACIÓN 2027 - 2030		ACELERACIÓN 2031 - 2035	

*Todas las metas son al 2035 y se establecen con base al año 2022

Fuente: Elaboración propia





chile.travel



PILARES
Y LÍNEAS DE ACCIÓN



Cajón del Maipo
REGIÓN METROPOLITANA
DE SANTIAGO



PILAR 1

GOBERNANZAS
SECTORIALES



5.1

PILAR 1

Gobernanzas sectoriales

De acuerdo con la OMT *“La gobernanza del sector turístico fue el centro de atención durante la pandemia. La perturbación sin precedentes del sector requirió compromisos y liderazgo para repensar cómo reconstruir mejor abordando las deficiencias del sector. La OMT reconoce la importancia de repensar la gobernanza del turismo en todos los niveles”*⁵⁸. Por su parte, la OCDE señala que *“las políticas de desarrollo turístico deben implementar una visión sostenible para el futuro. Para ello es fundamental que todos los destinos establezcan mecanismos de gobernanza multinivel eficaces y representativas”*⁵⁹.

La **Gobernanza sectorial descentralizada y efectiva**, en todos sus niveles, corresponde a un eje central de la visión turística de Chile hacia 2035. A través de este pilar se busca incorporar con mayor fuerza una mirada turística en el diseño de políticas públicas, otorgar

protagonismo a todas las regiones del país y consolidar el turismo como motor de desarrollo sostenible en conjunto con el sector privado y las comunidades y otros actores de la sociedad civil, materializar los principios de descentralización y participación requeridos por los gobiernos regionales para la gestión de planes proyectos y programas regionales.

En un sector multidimensional como es el turismo, en permanente relación con otras carteras del Estado y sectores de la economía, la gobernanza resulta ser un elemento fundamental para la articulación y participación de actores relevantes del sector para aportar con la prosperidad económica, el bienestar social y la conservación del patrimonio natural y cultural. En particular, en los destinos turísticos, una gobernanza robusta y representativa es clave para orientar un desarrollo turístico más sostenible, inclusivo y con pertinencia local.

⁵⁸ Rethinking Tourism: from crisis to Transformation (2022), Kowalczyk-Anio, J. (2023). Rethinking tourism-driven urban transformation and social tourism impact: A scenario from a CEE city. Cities, 134, 104178.

⁵⁹ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2021) Managing tourism development for sustainable and inclusive recovery <https://www.oecd.org/publications/managing-tourism-development-for-sustainable-and-inclusive-recovery-b062f603-en.htm>

LÍNEA DE ACCIÓN N°1

Fortalecimiento normativo e institucional

Lograr una articulación pública más efectiva en materia de turismo constituye un desafío fundamental para instalar al sector como una política pública prioritaria. Así, a 2035 se espera que el Estado actúe en su conjunto con una visión consensuada y favorable hacia el sector turismo. En este sentido, resulta prioritario avanzar en el fortalecimiento del **Sistema Institucional del Turismo en Chile** modernizando y robusteciendo las estructuras e instituciones a través de mayores **atribuciones, recursos y herramientas**. Lo anterior, también permitirá mantener relaciones estables y fructíferas entre la institucionalidad turística y el sector privado, así como con otros actores relevantes de la sociedad civil.

Desplegar un liderazgo sectorial efectivo desde la **Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo** será clave para articular los esfuerzos que se realizan en todos los niveles (internacional, nacional, regional y comunal), en particular en territorios y destinos en los cuales operan gobernanzas tan relevantes como las asociadas a las ZOIT, Programas Transforma. Programas Territoriales Integrados y otras propiciadas tanto por el sector público como por el sector privado.

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requieren iniciativas orientadas a mejorar el marco legal vigente, reforzar las instituciones e instalar el turismo como una política de Estado relevante y en este contexto, el turismo se ha transformado en una prioridad por el gran aporte

que significa para nuestra economía, es un sector que se debe seguir recuperando, desarrollando y creciendo.

Por ello, se anunció el proyecto de Ley "**Medidas para la reactivación del sector turismo**" el que considera tres medidas con las que, en conjunto, se espera dinamizar significativamente el sector del turismo de manera directa con efectos importantes sobre otros sectores económicos que están conectados con el turismo, como el comercio y las industrias creativas. Las medidas que contempla son: 1) aplicación de una Tasa del 1,25% sobre el alojamiento de turistas extranjeros en Chile, como una estrategia clave para la reactivación y fortalecimiento del sector turístico 2) **devolución del IVA a turistas extranjeros (tax free)** y representa un incentivo significativo para estimular el consumo y revitalizar el turismo de compras en Chile. Este proyecto busca incrementar el gasto turístico y apoyar al comercio minorista, así como a la economía local en su conjunto, y 3) **devolución de IVA para la promoción de producciones audiovisuales extranjeras** en territorio nacional para posicionar a Chile como un lugar atractivo para las producciones audiovisuales extranjeras, tanto para el desarrollo de cortometrajes, documentales, series y películas, con el fin de elevar el atractivo turístico del país.

LÍNEA DE ACCIÓN N°2

Potenciar la gestión turística municipal

La **transferencia de competencias** hacia las regiones como parte del proceso de descentralización, busca equilibrar el poder y fortalecer el desarrollo local. En este contexto, las **municipalidades** emergen como actores clave. Actualmente solo **34** municipios cuentan con la **Distinción de Municipalidad Turística** (sobre un total de 345), figurando ausentes comunas emblemáticas del turismo nacional que aún no adoptan esta valiosa herramienta de gestión. A través de la Estrategia se

busca potenciar el rol del municipio, entregando los lineamientos, herramientas y capacidades necesarias para liderar el turismo a nivel local y responder eficientemente a las particularidades de cada destino.

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requiere una serie de iniciativas orientadas a incrementar recursos y capacidades de los municipios para liderar el turismo sostenible localmente.





LÍNEA DE ACCIÓN N°3

Consolidación de gobernanzas turísticas robustas

El objetivo de esta línea de acción es establecer y fortalecer una colaboración multinivel (nacional, regional y comunal) y entre diversos actores para la gestión turística, a través de una red de gobernanzas turísticas.

Actualmente existen numerosas gobernanzas turísticas en destinos a lo largo de Chile⁶⁰. En este sentido, los GORES están llamados a jugar un rol fundamental en su articulación y fortalecimiento, dadas las atribuciones,

competencias y recursos con que éstos disponen. Por otra parte, son las actuales y futuras políticas, **estrategias, planes y programas regionales de turismo** las que definirán los lineamientos estratégicos que, en parte, las gobernanzas buscarán implementar. En consecuencia, se requiere de gobernanzas regionales sólidas capaces de coordinar la acción público-privada con un sentido de pertinencia y en concordancia con las definiciones estratégicas nacionales.

LÍNEA DE ACCIÓN N°4

Gestión multisectorial unificada

Esta línea de acción, tiene por objeto unificar criterios, esfuerzos y recursos de diversas instituciones públicas para que la ejecución de sus acciones tenga un impacto positivo en destinos turísticos.

Diversos organismos del Estado intervienen de forma directa en el desarrollo del turismo, ya sea a través de planes, programas y proyectos. Es imperativo para el desarrollo de un turismo más sostenible y competitivo, lograr que dichas iniciativas sectoriales incorporen con mayor fuerza **criterios turísticos alineados con las**

necesidades y aspiraciones del sector en el territorio, tanto a nivel nacional como regional y local, en su diseño e implementación. La eliminación de estas brechas de coordinación pública tendría un impacto relevante en el sector turismo, en particular en materia de obras públicas e infraestructura con pertinencia turística, mejoramiento de calidad del paisaje urbano y rural, gestión de los residuos, equipamiento turístico y en general, aspectos que no solo favorecen la experiencia integral del viajero, sino que impactan significativamente en la calidad de vida de las personas residentes.

LÍNEA DE ACCIÓN N°5

Intensificar la cooperación internacional

Esta línea de acción tiene por objetivo mantener presencia y liderazgo permanente en el escenario técnico y financiero internacional, vinculado al sector turismo, asegurando el cumplimiento de los compromisos adquiridos por Chile.

Chile no sólo busca ser un destino turístico reconocido, sino también un **líder activo que coopera en escenarios globales**, cumpliendo compromisos y compartiendo visiones con otros países. Lo anterior implica desplegar una presencia activa y permanente, pública y privada,

frente a organismos, instancias y organizaciones no gubernamentales vinculadas al desarrollo de un turismo más sostenible. De la misma forma, se requiere desplegar todas las capacidades técnicas disponibles para **captar fuentes de financiamiento internacional** que permitan abordar proyectos relevantes en términos de escala e impacto para el país. Finalmente, se potenciará el trabajo con países fronterizos y vecinos, en la búsqueda de articular y promocionar productos y destinos turísticos de gran escala territorial, generar infraestructura relevante y facilitar trámites y permisos, entre otros temas.

⁶⁰ ZOIT, Programas Estratégicos y Programas Territoriales Integrados de CORFO, sumando 65 a diciembre de 2023



Chulluncane
REGIÓN DE TARAPACÁ

Cucao
REGIÓN DE LOS LAGOS





PILAR 2

TURISMO
SOSTENIBLE



5.2

PILAR 2

Turismo sostenible

En una era donde los impactos del cambio climático y planetario y las demandas de sostenibilidad en todos los sectores económicos son palpables, este pilar apunta a consolidar un turismo más resiliente para la productividad de los territorios anfitriones, comprometido con la conservación y regeneración de la biodiversidad, así como con el bienestar e identidad de las comunidades. Chile basa su propuesta de valor turístico como **destino de naturaleza y aventura**, buscando fortalecer también el ámbito cultural y gastronómico. Se busca desarrollar, entonces, un turismo de baja escala y alto gasto, sustentado en una cultura de conciencia turística y basado en experiencias únicas con base local y con un claro sello de sostenibilidad.

El **Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo** es el principal análisis comparativo del sector turismo a nivel internacional. Dentro de su estructura de análisis se incluye el subíndice de **Sostenibilidad en viajes y turismo**, que captura los **desafíos y riesgos de sostenibilidad** actuales o potenciales y en el que Chile actualmente ocupa el puesto N° 31 sobre un total de 117 economías, presentando un ascenso de 4 posiciones respecto a la edición anterior de 2019. Este subíndice incluye 3 ejes: **Sustentabilidad medioambiental; Resiliencia y condiciones socioeconómicas; y Presión e impacto de la demanda de viajes y turismo.**



Capilla de Mármol
REGIÓN DE AYSÉN DEL GENERAL
CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO

FIGURA 21. Criterios de turismo sostenible en Chile

Fuente: Elaboración propia en base a WEF (2021)⁶¹

Tal como muestra la **Tabla 3**, Chile ocupa un destacado noveno lugar en el eje tres, sin embargo, hay gran espacio de mejora en los ejes uno y dos. La apuesta de Chile por consolidar un turismo más sostenible a 2035 se debe ver

reflejada en formar parte del grupo de Top 10 en este subíndice. Cumplir esto requiere de un compromiso público y privado, que aborde de forma decidida las líneas de acción que a continuación se presentan.

⁶¹ World Economic Forum (2021) Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>





LÍNEA DE ACCIÓN N°6

Cultura y conciencia turística

Esta línea de acción, tiene por objeto fomentar a través de la educación, la comprensión y valoración del turismo y sus beneficios, una actitud positiva y responsable por parte de anfitriones y visitantes.

A diferencia de otras actividades económicas, en el turismo todas las chilenas y chilenos tienen un rol que cumplir, ya sea como viajeros/as o anfitriones. Uno de los anhelos más transversales y masivamente presente en las opiniones de los actores del sector turismo es el fortalecimiento e instalación permanente de una cultura y conciencia turística profunda en el país. Lo anterior, reflejado en temas tales como:

- Valoración transversal del turismo por parte del Estado y la sociedad en su conjunto.
- Integración de la cultura y conciencia turística en la educación pre-escolar y escolar.

- Fortalecer la conciencia turística y la hospitalidad de la ciudadanía en general.
- Fomentar un comportamiento responsable de los viajeros, independiente de su origen.
- Conocimiento y valoración del patrimonio natural y cultural.

Esa cultura y conciencia turística es, sin duda, una de las piedras angulares para el desarrollo de un turismo más sostenible. Para ello se trabajará en fortalecer programas e iniciativas existentes, así como en impulsar nuevas acciones de alto impacto.

LÍNEA DE ACCIÓN N°7

Acción climática proactiva

La **acción climática proactiva** se plantea como un elemento central de la Estrategia, que aboga por la reducción de la huella ambiental del sector y por la adaptación oportuna de empresas y destinos a los efectos del cambio climático. Esta acción ha de ser reforzada con un fuerte compromiso empresarial, en el que se espera que las empresas adopten buenas prácticas en materia de **sustentabilidad medioambiental, economía circular** y adaptación al cambio climático, actuando como embajadoras de un turismo más verde.

Chile, tanto a nivel país como a nivel sectorial del turismo, ha demostrado un claro compromiso en materia de adaptación al cambio climático. En 2019, SUBTURISMO y SERNATUR publicaron en conjunto con el **Ministerio de Medio Ambiente** el primer **Plan de Adaptación al**

Cambio Climático⁶² para el sector turismo, el cual será actualizado en 2024. Adicionalmente se han identificado los **destinos más vulnerables del país, se han publicado guías y manuales para destinos y empresas** y se encuentra en etapa de finalización un **diagnóstico actualizado de vulnerabilidad** ante el cambio climático para el sector turismo. De esta forma, el desafío consiste en escalar las medidas actuales, así como adaptarlas de forma permanente a los cambios de escenarios.

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requiere una serie de iniciativas orientadas a adoptar medidas concretas y medibles para reducir la huella de carbono del sector y acelerar la adaptación de empresas y destinos a los efectos del cambio climático.

⁶² SUBTURISMO (2029) Sustentabilidad y Cambio Climático <https://www.subturismo.gob.cl/desarrollo-de-destinos-y-gestion-territorial/sustentabilidad-y-cambio-climatico/plan-de-adaptacion-al-cambio-climatico-del-sector-turismo/>

⁶³ 71 prestadores de servicios turísticos distinguidos a diciembre 2023. Fuente <https://serviciosturisticos.sernatur.cl/>

⁶⁴ 715 prestadores de servicios turísticos con compromiso de buenas prácticas a diciembre de 2023. Fuente: <https://serviciosturisticos.sernatur.cl/>

⁶⁵ Lonely Planet, Best in Travel 2024. Disponible en www.lonelyplanet.es/blog/chile

⁶⁶ Marco Global para la Diversidad Biológica de Kunming-Montreal, Diciembre 2022

LÍNEA DE ACCIÓN N°8

Compromiso empresarial con la sostenibilidad

Esta línea de acción, busca a posicionar a Chile como líder regional en materia de turismo sostenible, fomentando, en conjunto con el sector privado, la adopción transversal y masiva de buenas prácticas de desarrollo productivo sostenible en empresas de turismo.

La masificación de las buenas prácticas de **desarrollo productivo sostenible y economía circular** a nivel empresarial es un desafío fundamental para el turismo en Chile. Resulta imperativo que éstas penetren de forma transversal en la oferta turística, abarcando empresas de todos los tipos y tamaños. SUBTURISMO y SERNATUR, en conjunto con el sector privado, han realizado importantes esfuerzos a lo largo de la última década en esta materia: se definieron **criterios de sustentabilidad turística** a nivel país, se publicaron diversos **manuales y guías** de buenas

prácticas, se creó la **Distinción de Turismo Sustentable⁶³ (Sello S)** para alojamientos y operadores turísticos y se creó el **Compromiso de Buenas Prácticas⁶⁴** para incentivar el inicio de las empresas en el camino de la sustentabilidad. Es importante mencionar el impacto que han tenido los **Acuerdos de Producción Limpia (APL)** en los segmentos de gastronomía y alojamiento, con más de 1.100 empresas adheridas a la fecha, así como el creciente apoyo por parte de los gobiernos regionales para la obtención del sello "S".

De cara a 2035, se hace necesario generar las condiciones necesarias para que gran parte de la oferta turística adopte la sostenibilidad como parte de su identidad, tarea en la cual una **estrecha colaboración con los gremios del sector es esencial**.

LÍNEA DE ACCIÓN N°9

Turismo, biodiversidad y áreas protegidas

El objetivo de esta línea de acción es contribuir decididamente desde el turismo a la conservación y regeneración de la biodiversidad, fortaleciendo la relación del turismo con las áreas protegidas, en coordinación con diversos agentes públicos y privados.

En la última década Chile ha creado más parques nacionales que cualquier otro país del planeta⁶⁵. Al mismo tiempo, la Meta 3 del Marco Global de Biodiversidad⁶⁶ busca proteger el 30% del territorio y maritorio planetario al 2030.

Un turismo más sostenible y con foco en la naturaleza puede ser una herramienta valiosa para la conservación y regeneración de la biodiversidad. Diversos informes y artículos⁶⁷ han identificado al turismo como una actividad con gran potencial para apoyar esta materia, aportando recursos económicos, involucrando a las comunidades locales y ayudando a masificar una conciencia ambiental entre la población. Sin embargo, relevan también la necesidad de fortalecer la gestión y el financiamiento de las áreas protegidas como habilitante para el desarrollo del turismo responsable.

Por otra parte, existen diversos planes y estrategias públicas en ejecución por parte de Ministerio del Medio Ambiente, tales como la **Estrategia Nacional de Biodiversidad 2017-2030**, la **Estrategia Nacional de Conservación de Aves y el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático y la declaración de base del Comité de Capital Natural⁶⁸**, por mencionar algunos. En específico, esta Estrategia contribuye con una de sus metas a la valorización de los ecosistemas que sustentan servicios turísticos; no solo a través del cuidado de su biodiversidad sino a través de instrumentos de gestión que vincule la actividad turística con los recursos de patrimonio natural de las áreas protegidas. Estos plantean la necesidad de que los planes y estrategias del sector turismo incorporen metas concretas en torno a la biodiversidad. Así, profundizar el aporte del sector turismo en esta materia requiere de avanzar en temas tales como aumentar los niveles de implementación de herramientas de planificación y monitoreo del sector, como por ejemplo el **Índice de Saturación de Destinos Turísticos⁶⁹**.

⁶⁷ Pastén, R., Araos, A., Urrutia, M., Salazar, J., Gómez, M. (2023) Valoración económica de los servicios ecosistémicos de los parques nacionales de la Región de Aysén. Programa Austral Patagonia de la Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile https://programaaustralpatagonia.cl/wp-content/uploads/2023/10/Valoracion_SSEE-AP-de-Aysen-VF_oct23.pdf; Guala, C., Veloso, K., Fariás, A., y Sariego, F. (2021). Caracterización del desarrollo turístico asociado a las áreas silvestres protegidas de la Patagonia chilena. En: J. C., Castilla, J. J., Armesto y M. J., Martínez-Harms (Eds.), Conservación en la Patagonia chilena: evaluación del conocimiento, oportunidades y desafíos, pp. 575-598. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile; Centro de Estudios Públicos (2023) Conservación efectiva de la biodiversidad: 30 medidas urgentes para 2030 Informe de la Comisión Conservación, Institucionalidad y Filantropía

⁶⁸ El Comité de Capital Natural es una instancia que reúne a los ministerios de Hacienda, Medio Ambiente y Economía, con la asesoría del Banco Central y el Consejo CTCI, con la misión de prestar apoyo y asesoría al Presidente de la República en materias relativas a la medición, valoración y protección del Capital Natural y los servicios que proveen los ecosistemas de Chile, reconociendo formalmente que las contribuciones de la naturaleza y biodiversidad se encuentran en la base del bienestar social y económico en el largo plazo de nuestra sociedad <https://biblio.hacienda.cl/capital-natural-el-valor-de-la-naturaleza-y-la-biodiversidad-en-el-desarrollo/naturaleza-y-biodiversidad>

⁶⁹ <https://www.sernatur.cl/indice-de-saturacion-de-destinos-turisticos-isdt/>





VIA
SANTACRUZ
COLCHAGUA CHILE

Valle de Colchagua
REGIÓN DEL LIBERTADOR
GENERAL BERNARDO O'HIGGINS





LÍNEA DE ACCIÓN N°10

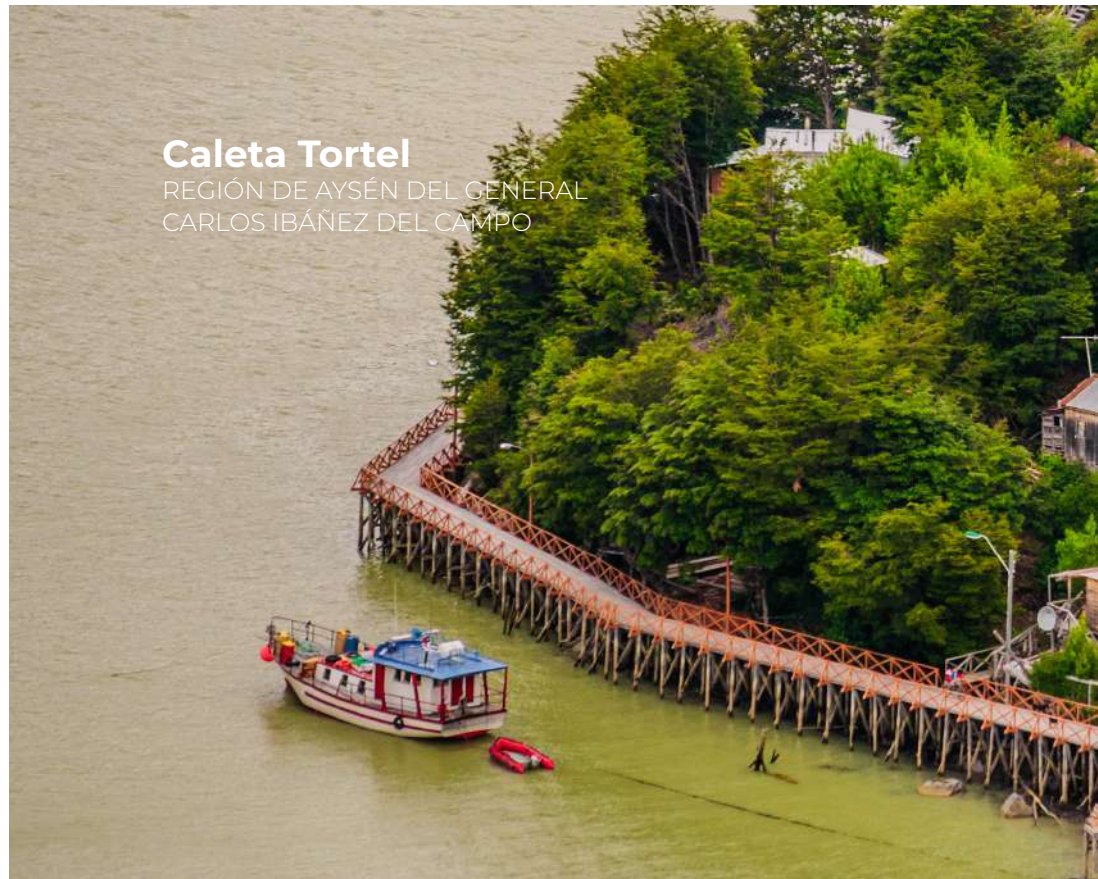
Bienestar de las comunidades locales

El objetivo de esta línea de acción es velar porque el turismo contribuya a mejorar la calidad de vida de las personas residentes, procurando que éstos perciban los beneficios generados por un turismo sostenible y minimizando los efectos no deseados.

El turismo puede ser una herramienta poderosa para el desarrollo económico, generando empleo, oportunidades de negocios y atraer inversiones en infraestructura que son de beneficio para los territorios y sus habitantes. En contraposición, puede tener impactos no deseados en los destinos, afectando en ocasiones el **bienestar y la calidad de vida de quienes residen en los destinos**. Manejar esos impactos negativos y potenciar los impactos

positivos en favor de residentes y comunidades locales requiere de acciones concretas y regulares.

Entre los ámbitos más relevantes de abordar en esta materia es posible mencionar la **inclusión de residentes y las comunidades en las decisiones y en las oportunidades existentes en torno al turismo**, aspecto en el que juegan un rol fundamental las **governanzas turísticas** (Pilar 1). Otro punto prioritario se relaciona con el manejo de la saturación de los destinos, para lo cual se requiere incorporar la **medición y monitoreo en instrumentos de planificación turística**, así como **medir los niveles de satisfacción de residentes**, entre otros avances necesarios.



Caleta Tortel

REGIÓN DE AYSÉN DEL GENERAL
CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO

LÍNEA DE ACCIÓN N°11

Seguridad y resiliencia turística

Históricamente, el turismo ha demostrado ser una actividad altamente **resiliente**, con alta capacidad de recuperación frente a los efectos de **guerras, crisis económicas, fenómenos climáticos y pandemias**. Así, los destinos, y por lo tanto las personas, son vulnerables frente a una serie de amenazas que deben ser prevenidas y mitigadas en la mayor medida posible, otorgando garantías para una **experiencia de viaje más segura**.

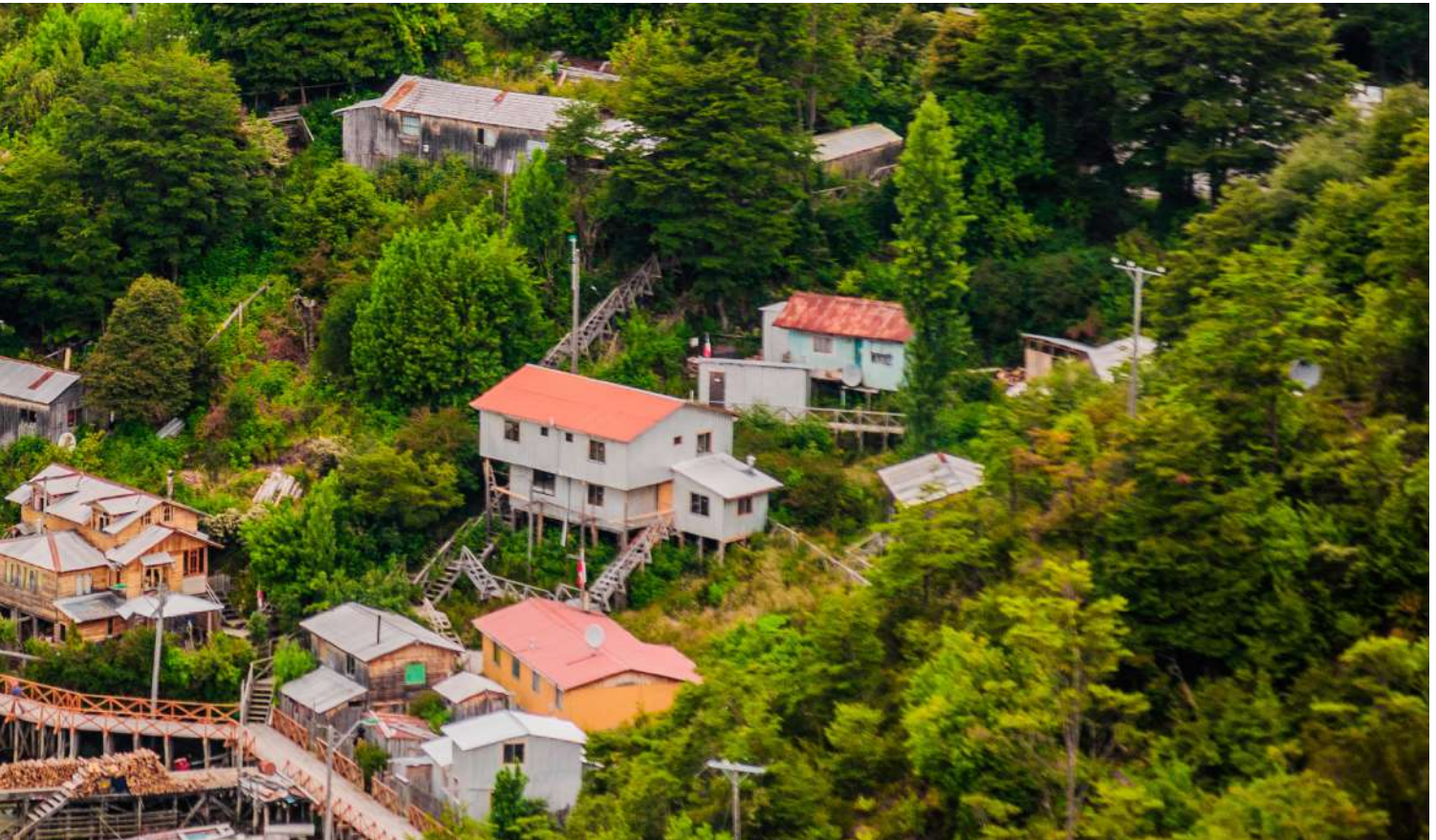
Chile cumple con siete criterios de vulnerabilidad ante el **cambio climático**. Adicionalmente, fenómenos naturales como **tsunamis, erupciones volcánicas, sismos, incendios forestales, aluviones e inundaciones** se presentan con cierta frecuencia dada la posición geográfica nuestro país⁷⁰. Por su parte, la pandemia del Covid-19 impulsó un aumento en los estándares de **higiene y salud** en el sector turismo, situación que para quienes viajan hoy resulta un factor determinante. En términos de **Seguridad**

y **Protección**, Chile ocupa el puesto **82 en el índice WEF**, muy por debajo del promedio de los destinos de referencia analizados en la **Tabla 2**.

Es en este contexto que se encuentra en actualización el **Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático** y en elaboración un **Plan de Gestión de Riesgos y Emergencias para la Industria del Turismo de Chile** al 2035.

Preparar a los destinos y empresas, a través de **obras, planes e información**, resulta esencial para consolidar un turismo más sostenible, seguro, resiliente y adaptado a las cambiantes condiciones del entorno.

Esta línea de acción busca promover la adecuada preparación de destinos y empresas ante eventos adversos que presenten riesgos para el turista y la población.



⁷⁰ Zona de subducción entre las placas Sudamericana y de Nazca



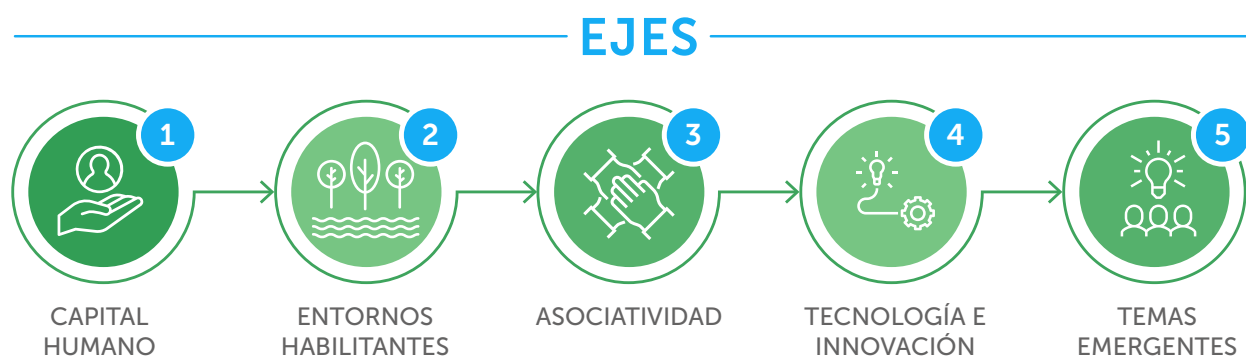
LÍNEA DE ACCIÓN N°12

Turismo inclusivo y accesible

En Chile, el **16,7%**⁷¹ de la población tiene un **grado de discapacidad moderada o severa**. Hoy la accesibilidad turística está presente en diversos segmentos y experiencias, tales como **turismo aventura, turismo en áreas protegidas, turismo urbano y turismo**

gastronómico. Este esfuerzo involucra el compromiso de diversos actores públicos y privados, los cuales se encuentran presentes en la Hoja de Ruta para el Turismo Accesible a 2026. Este plan aborda cinco ejes (Figura 22).

FIGURA 22. Hoja de ruta para el turismo accesible 2022-2026



Fuente: SERNATUR (2022)⁷²

Esta línea de acción, busca promover un turismo más inclusivo, en el cual los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona.

Promover un turismo más inclusivo y accesible en Chile no solo asegura el derecho que las personas de diversa edad, género o condición económica, así como aquellas con algún grado de discapacidad,

tengan acceso a la recreación y el bienestar a través del turismo. Es también un **camino concreto hacia lograr una mayor valoración del turismo por parte de la sociedad chilena**, así como un elemento de competitividad y diferenciación que puede impactar positivamente en el negocio turístico. En este sentido se busca incorporar de forma más activa al segmento de las personas mayores en el turismo, así como integrar de forma más efectiva a la población LGBTIQ+.

⁷¹ SERNATUR (2022) Hoja de Ruta de Turismo Accesible 2022-2026,

<https://portalserviciosturisticos.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/11/Hoja-de-ruta-del-turismo-accesible-para-Chile-2022-2026.pdf>

⁷² SERNATUR (2019) Hoja de Ruta de Turismo Accesible 2022-2026,

<https://portalserviciosturisticos.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/11/Hoja-de-ruta-del-turismo-accesible-para-Chile-2022-2026.pdf>



LÍNEA DE ACCIÓN N°13

Destinos y Zonas de Interés Turístico Sostenibles

Esta línea de acción tiene por objetivo fortalecer la gestión integral de destinos y ZOIT, a través de gobernanzas efectivas, financiamiento de planes de acción y apalancamiento de recursos para impulsar la inversión.

Actualmente en Chile existen **43 Zonas de Interés Turístico (ZOIT)** declaradas por el Comité de Ministros del Turismo, las cuales deben tener un carácter prioritario para la ejecución de programas y proyectos públicos de fomento, como también para la asignación de recursos destinados a obras de infraestructura y equipamiento necesarios. A pesar de esta priorización, se observa un bajo nivel de cumplimiento en sus planes de acción⁷³. Paralelamente, se identifican **78 destinos turísticos priorizados**. Esta identificación es crucial, ya que uno de los requisitos para que un territorio sea declarado ZOIT es que sea un destino reconocido en las políticas y la planificación turística nacional o regional, ello según lo estipulado en el reglamento correspondiente.

Esta línea de acción está orientada a transformar los destinos turísticos y las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) en territorios que evolucionan bajo un modelo de turismo sostenible y colaborativo. Este enfoque busca no solo preservar y valorar sus recursos y características únicas, sino también mejorar su competitividad. Se enfoca en la creación de sistemas de gestión integrados y participativos, que abarcan desde la implementación de plataformas tecnológicas y digitales para la administración y monitoreo, hasta el desarrollo de estructuras de gobernanza que involucran a diversos actores turísticos. La Estrategia incluye también la mejora continua mediante indicadores de desempeño, el apoyo financiero para la ejecución de proyectos con enfoque sostenible y la promoción de la inversión interministerial. Estas iniciativas están diseñadas para potenciar los destinos y ZOIT como espacios de turismo responsable, que respetan y valoran las características únicas de cada territorio, fomentando así un desarrollo turístico que beneficia tanto a las comunidades locales como al medio ambiente.



Valparaíso
REGIÓN DE VALPARAÍSO

⁷³ De acuerdo con el Informe Nacional Estado de Avance ZOIT 2022 de SERNATUR solo un 18% alcanzó niveles de cumplimiento entre el 61-100%, en tanto un 39% se situó en el rango de cumplimiento entre el 31-60%.



Salar de Ascotan
REGIÓN DE ANTOFAGASTA





PILAR 3

POSICIONAMIENTO
Y EXPERIENCIAS ÚNICAS



5.3

PILAR 3

Posicionamiento y experiencias únicas

La promoción de Chile como destino turístico, tanto a nivel nacional como internacional, **constituye uno de los principales mandatos establecidos en la Ley de Turismo**. La gobernanza en materia de promoción turística recae en el **Consejo Consultivo de Promoción Turística (CCPT)**, órgano de apoyo del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo. La acciones establecidas en los planes y programas de promoción propuestas por el **CCPT** y aprobadas por la **Subsecretaría de Turismo** son ejecutadas por el **Servicio Nacional de Turismo**⁷⁴, fomentando una activa participación del **sector privado** en el proceso. Por su parte los **GORES**⁷⁵ apoyan fuertemente, a través de recursos, la presencia de las regiones en la promoción nacional e internacional, motivo por el cual su incorporación en el CCPT resulta fundamental.

Además de cimentar el posicionamiento turístico de Chile como destino líder en turismo sostenible, a

través de la promoción –tanto a nivel nacional como internacional– se busca impactar positivamente en indicadores claves como **el aumento del gasto, la extensión de las estadías, la disminución del turismo estacionario y la diversificación de destinos**. Para ello se cuenta con **planes de marketing turístico nacional e internacional**, los cuales deben ser actualizados periódicamente y contar con los recursos necesarios para su implementación.

Por otra parte, a través de la promoción turística, Chile busca posicionar aquellas experiencias únicas y de alto valor que aportan diferenciación al turismo chileno. En este sentido resulta necesario continuar con un fuerte impulso a la **sofisticación de experiencias**, en ámbitos tales como **turismo en áreas protegidas, enoturismo, astroturismo, aventura, montaña, gastronomía, turismo cultural, turismo creativo, turismo rural e indígena y turismo de rutas**.

Valle de Curicó REGIÓN DEL MAULE



⁷⁴ Ley N°20.423, Art. 28° <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1010960>

⁷⁵ La ley Turismo autoriza a los gobiernos regionales a constituir "instancias público-privadas orientadas a promover y desarrollar el turismo" en cada región

LÍNEA DE ACCIÓN N°14

Estímulo constante al turismo interno

El turismo interno es, sin lugar a duda, la piedra angular de la industria turística en cientos de países a nivel mundial. Según la OMT, **los viajes de turismo interno en todo el mundo representan seis veces más que el número de llegadas de turistas internacionales**⁷⁶. En Chile, el turismo interno generó **más del 80% de los ingresos totales** del turismo en 2022⁷⁷. Ese mismo año, se registraron más de **60 millones de viajes** realizados por residentes. Con diferentes niveles en la intensidad de flujos turísticos y de priorización por parte de los GORES, el turismo realiza un aporte relevante en las **16 regiones del país**, no solo en términos económicos sino también en materia de preservación del patrimonio material e inmaterial y la conservación de la biodiversidad. También genera impactos no deseados, los cuales deben ser mitigados a través de acciones concretas, materia que es abordada en diversos puntos de esta Estrategia.

Durante la pandemia, el turismo interno demostró ser resiliente en Chile: en 2020 y 2021 los viajes internos bordearon los 40 millones cada año, situación que, junto a los apoyos estatales, permitió mantener a flote a miles de empresas turísticas de diversos tamaños. En este contexto, un turismo interno pujante también resulta esencial para construir **una imagen sólida en el escenario internacional**, donde se pondrá foco en atraer **turistas de mercados de alto valor**.

El posicionamiento de Chile como destino preferente entre sus propios habitantes requiere de un trabajo de promoción permanente, coherente y articulado. **Permanente**, de forma de reducir la fuerte estacionalidad

que lo caracteriza; **coherente** en términos de marca, imagen y relato; y **articulado** entre los diversos actores que forman parte de esta ecuación, promoviendo siempre aquellos prestadores de servicios turísticos **registrados en SERNATUR**.

La Estrategia apunta a que el país sea recorrido y valorado por chilenos y chilenas de todas las edades, procedencias y contextos, a lo largo de todo el año, generando prosperidad económica a nivel local y contribuyendo al bienestar de residentes anfitriones. Para ello, se requiere fortalecer un conjunto de variables, tales como:

- Datos y estadísticas turísticas desagregadas a nivel regional y comunal, además de datos desagregados por sexo cuando sea pertinente.
- Definición de segmentos de turistas, profundizando su conocimiento a través de variables psicográficas.
- Actualización de un Plan de Marketing de Turismo Interno y definición de una hoja de ruta.
- Incorporación de los gobiernos regionales en el Consejo Consultivo de Promoción Turística.

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requiere una serie de iniciativas orientadas a generar una demanda pujante por turismo interno a lo largo de todo el año y de forma inclusiva para distintos segmentos de la población.

⁷⁶ OMT 2020. Disponible en <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-destaca-el-potencial-del-turismo-interno-para-ayudar-a-impulsar-la-recuperacion-economica-de-los-destinos-en-todo-el-mundo#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20del,la%20pandemia%20de%20COVID%2D19>

⁷⁷ 7.793 millones de dólares según estimaciones de SUBTURISMO





LÍNEA DE ACCIÓN N°15

Posicionamiento de Chile en mercados de alto valor

Los principales desafíos de Chile en materia de turismo receptivo son esencialmente tres: disminuir la **alta dependencia en relación con los mercados limítrofes** (Argentina, Perú y Bolivia) los que suman cerca de 48,3% de las llegadas internacionales en 2022; **aumentar el gasto del visitante**; y **disminuir la marcada estacionalidad**. Esto requiere alinear múltiples factores, principalmente relacionados con la existencia de experiencias memorables y con la ejecución de un marketing consistente y efectivo. Esto último requiere necesariamente de un aumento sustancial en materia de inversión promocional.

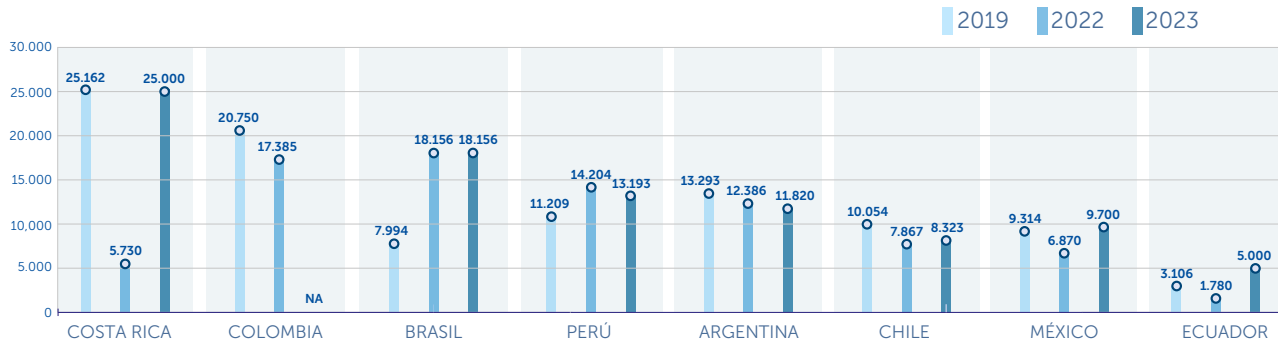
Durante los últimos cinco años, Chile ha invertido menos que competidores directos como Argentina, Colombia y Costa Rica (Gráfico 12). En 2019, Chile invirtió sólo el **0,2%⁷⁸ de los ingresos generados por turismo receptivo en promoción internacional**. Para ello, actualmente se encuentran en evaluación fórmulas de recaudación fiscal destinadas a incrementar el presupuesto de promoción turística internacional de cara a 2035 y el futuro.



Pichillancahue
REGIÓN DE LOS RÍOS

⁷⁸ Cálculo en base a presupuesto de promoción internacional vs ingresos de divisas por turismo receptivo 2019

GRÁFICO 12. Presupuestos totales de promoción internacional 2019-2023 (Miles de euros)



Fuente: SERNATUR (2023)⁷⁹

El **Plan de Marketing Turístico Internacional 2023-2026**, cuyo objetivo fundamental es fortalecer el posicionamiento de Chile como destino turístico para aumentar el aporte económico a través del turismo receptivo, constituye la **hoja de ruta de corto y mediano plazo** para lograr una

sólida recuperación del turismo receptivo *post pandemia*, así como para reforzar el posicionamiento de Chile en los mercados prioritarios que se han definido (Figura 23).

FIGURA 23. Mapa de los mercados prioritarios para la promoción internacional



Fuente: SERNATUR (2023)

⁷⁹SERNATUR (2023), Plan de Marketing Turístico Internacional Chile 2023-2026 <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/10/Resumen-ejecutivo-PMTI-Chile.pdf>





Además de los mercados prioritarios, el Plan define los **grandes destinos** del país y establece nueve áreas estratégicas de trabajo. El avance efectivo en estas áreas estratégicas recae, en buena medida, en la disponibilidad de datos actualizados y en particular, en el conocimiento acabado de los mercados y segmentos de personas viajeras a los cuales apunta el Plan. Acciones relacionadas a esta última materia se abordan en el **Pilar 4** de la Estrategia (Inteligencia turística y planificación).

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requiere una serie de iniciativas orientadas a posicionar a Chile en mercados prioritarios, a través de un marketing coordinado y colaborativo, como un destino de experiencias únicas y turismo sostenible.

LÍNEA DE ACCIÓN N°16

Diversificación y sofisticación de experiencias

La **diversificación y sofisticación de experiencias y destinos** busca ir más allá de los destinos tradicionales, explorando y promocionando otros menos conocidos y potenciando **experiencias intrarregionales y macrozonales** que aporten un mayor valor a las personas viajeras.

Durante la última década, Chile ha logrado consolidar una imagen sólida como **destino de naturaleza y aventura**, obteniendo por seis años consecutivos el premio como **Mejor Destino de Turismo Aventura de Sudamérica** y dos veces como **Mejor Destino Verde a nivel mundial**. Consolidar esa imagen, mantenerla y transformarla en resultados positivos para el sector requiere de una oferta de **experiencias únicas y de calidad**, en las que se logre asentar un posicionamiento de largo plazo.

Desde el punto de vista de la cadena comercial internacional⁸⁰ aún existen brechas que subsanar entre la imagen de Chile como destino y la oferta de productos y experiencias disponibles, en particular en términos de turismo en **áreas protegidas y oferta cultural con identidad local**⁸¹. Para ello, resulta necesario continuar y profundizar el trabajo colaborativo realizado a la fecha con Transforma Turismo en materia de **sofisticación**

de la oferta, la certificación de guías y empresas de turismo aventura y la digitalización de las MIPYMES, entre otros aspectos. En la misma línea, construir una relación de trabajo sólida y permanente entre el sector turismo y el SBAP será determinante para acortar las brechas mencionadas.

Por otro lado, existen importantes desafíos y oportunidades respecto al desarrollo y posicionamiento de experiencias turísticas en las que Chile demuestra alto potencial competitivo, tales como turismo de **naturaleza, aventura y montaña, enoturismo, astroturismo**⁸², **turismo gastronómico**⁸³, **turismo cultural y creativo, turismo rural e indígena, turismo urbano, turismo náutico y de cruceros y MICE**⁸⁴, por mencionar algunas. Para ello se requiere **profundizar el conocimiento del mercado, fortalecer líneas de productos e incorporar con mayor fuerza estas experiencias en el relato y campañas de marketing nacional e internacional**.

Esta línea de acción, busca desarrollar, consolidar y posicionar experiencias únicas, que permitan fortalecer el posicionamiento de un abanico más amplio de destinos, tanto para el turismo interno como receptivo.

⁸⁰ Encuesta a TTOO emisivos a través de plataforma Survio. THR (2023) <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/10/01.-Diagno%CC%81sti-co-y-Estudio-de-Mercado-RESUMEN-EJECUTIVO.pdf>

⁸¹ SERNATUR (2023) Plan de Marketing Turístico Internacional Chile 2023-2026 <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/10/Resumen-ejecutivo-PMTI-Chile.pdf>

⁸² Destacado por Conde Nast Traveler entre las principales tendencias de viaje para 2024. Disponible en <https://www.cntraveller.com/article/travel-trends-2024>

⁸³ Chile ocupó el puesto N°24 a nivel mundial en el Ranking Taste Atlas 2023. Disponible en <http://tasteatlas.com/best/cuisines>

⁸⁴ La sigla está en inglés y se refiere a: M: reuniones (meetings), I: viajes de incentivos (incentives), C: conferencias (conferences), y E: ferias y exposiciones (exhibitions)

LÍNEA DE ACCIÓN Nº17

Información Turística

Esta línea de acción, tiene como objetivo proveer al turista, a través de múltiples canales de información turística fiable, actualizada y de calidad.

Una información turística fiable, actualizada y cautivante, tiene un gran impacto en las decisiones de los turistas, orientando flujos, **incentivando un mayor consumo y estadías más largas y dando a conocer la propuesta de valor turística del país** y de cada una de sus regiones y destinos.

Hoy, en plena era digital, prácticamente todos quienes viajan toman decisiones basándose en la información disponible en línea. Esto implica la necesidad de contar con sistemas y plataformas digitales ágiles, atractivas, permanentemente actualizadas y orientadas a las necesidades del viajero. De acuerdo con la prestigiosa agencia Skift, *“Las organizaciones nacionales de turismo han aprendido lentamente que las viejas formas ya no funcionan: párrafos largos, redirecciones eternas, experiencias de navegación lentas y torpes, paletas de colores deprimentes y descripciones que no responden*

*las preguntas relevantes, especialmente para un viajero más consciente, preocupado por el cambio climático y otros fenómenos”*⁸⁵. En este sentido, si bien las plataformas **Chile Travel y Chile es Tuyo** han sido objeto de diversas mejoras en el tiempo, hoy requieren dar un nuevo salto de calidad para cumplir con las nuevas demandas de quienes viajan⁸⁶.

En cuanto a la red de Oficinas de Información Turística (OIT) de SERNATUR, se pondrá foco en la mantención de aquellas ubicadas en espacios públicos de alta afluencia⁸⁷. Por su parte, la plataforma **Turismo Atiende** presenta un importante potencial como sistema de atención multicanal, requiriendo mejoras en términos de la calidad, y profundidad de la información. Finalmente, un desafío relevante lo constituye generar lineamientos y orientaciones claras para la **creación y gestión de oficinas locales de información turística**, las cuales ofrecen información actualizada, interacción humana, atención personalizada, conocimiento local y un canal directo para recibir retroalimentación de los turistas.



Parque Pingüino
REGIÓN DE MAGALLANES Y
DE LA ANTÁRTICA CHILENA

⁸⁵ Skift.(2022) The 10 Best Designed Tourism Websites in the World 2022 <https://skift.com/2022/06/15/the-10-best-designed-tourism-websites-in-the-world-2022/>

⁸⁶ SERNATUR (2023) Plan de Marketing Turístico Internacional Chile 2023 <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/10/Resumen-ejecutivo-PM-TI-Chile.pdf>

⁸⁷ Aeropuertos, centros culturales y otros





Cochamó
REGIÓN DE LOS LAGOS



PILAR 4

INTELIGENCIA TURÍSTICA
Y PLANIFICACIÓN



5.4

PILAR 4

Inteligencia turística y planificación

Este pilar se centra en el **uso efectivo de la información para mejorar los procesos de planificación y la toma de decisiones estratégicas y operativas en el sector**. Lo anterior, implica contar con capacidades adecuadas para recopilar, analizar, interpretar y utilizar datos e información, para entre otras cosas, monitorear la marcha del sector con perspectiva de género.

Chile se distingue como un líder mundial en la entrega oportuna y detallada de estadísticas sectoriales, posicionándose en esta materia en el “top ten” del índice de desarrollo de los viajes y el turismo del **WEF**. Herramientas innovadoras como el Sistema de Información de Estadísticas de Turismo (**SIET**)⁸⁸ y **DataTurismo Chile**⁸⁹ destacan en este esfuerzo, proporcionando estadísticas oficiales a nivel de comuna y utilizando datos de movilidad de teléfonos móviles para una comprensión más profunda de los patrones turísticos internos.

Bajo un enfoque descentralizador, este pilar busca mejorar la adaptación y respuesta a necesidades específicas de los territorios, fortaleciendo el uso de estas herramientas a nivel regional y comunal. Esto se logra a través de la implementación de estadísticas clave, con especial atención en la desagregación a nivel regional, además de datos desagregados por sexo cuando sea pertinente.

La Estrategia se compromete a mantener a Chile a la vanguardia en inteligencia turística, anticipando tendencias y adaptándose ágilmente los nuevos escenarios. Se promoverá la realización de estudios enfocados en la demanda de mercados prioritarios, análisis competitivo y estrategias efectivas de promoción y marketing. Esto apoyará el fortalecimiento de las macrozonas turísticas y regiones, asegurando un enfoque integral y específico según las necesidades de cada área.



Campos de Hielo Sur
REGIÓN DE AYSÉN DEL GENERAL
CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO

⁸⁸ Sistema de Información de Estadísticas de Turismo (SIET) <http://dataturismo.sernatur.cl/siet/inicio>

⁸⁹ DataTurismo Chile <https://www.sernatur.cl/dataturismo/big-data-turismo-interno/>

LÍNEA DE ACCIÓN N°18

Información actualizada y accesible

Mejorar la adaptación y respuesta a las necesidades específicas de los territorios, manteniendo y reforzando el uso, valor y funcionalidad de las herramientas previamente mencionadas, particularmente a nivel regional y comunal, es crucial. Esto implica implementar estadísticas clave, como las relacionadas con el **perfil del turista extranjero desagregadas a nivel regional**, y aquellas que informan sobre la **actividad mensual del turismo con desagregación para todas las comunas del país**, y con pertinencia de género, entre muchas otras. El reforzamiento de estas herramientas

por parte de las entidades a cargo de las estadísticas oficiales de turismo permitirá proporcionar **información actualizada, accesible y detallada** con pertinencia territorial. Esto, a su vez, contribuirá a la eficiencia, orden y pertinencia de observatorios sectoriales de carácter regional.

Esta línea de acción, tiene como objetivo mejorar significativamente la calidad, accesibilidad y utilidad de la información para regiones y comunas, apoyando una toma de decisiones más estratégica e informada.

LÍNEA DE ACCIÓN N°19

Inteligencia de mercado

Chile aspira a mantenerse a la vanguardia turística, anticipando tendencias y adaptándose a ellas de manera ágil, para así contribuir a una toma de decisiones estratégicas más eficaz. A través de herramientas de **inteligencia de mercado**, se espera incrementar la presencia en mercados clave, mejorar la rentabilidad y optimizar la eficiencia en promoción, marketing y desarrollo de experiencias turísticas.

La Estrategia busca promover, con el apoyo de los gobiernos regionales, la realización de estudios enfocados en la demanda actual y potencial de mercados

prioritarios, análisis detallado de la competencia y el diseño de estrategias efectivas de promoción y marketing, para potenciar macrozonas turísticas y regiones y asegurar una aproximación integral y específica según las necesidades de cada área.

Esta línea de acción, busca impulsar una inteligencia de mercado avanzada en turismo, integrando análisis de datos, tecnologías emergentes y alianzas estratégicas para anticipar tendencias y guiar decisiones informadas en un entorno turístico dinámico.









LÍNEA DE ACCIÓN Nº20

Investigación y estudios

Para asegurar un avance decidido y profundo en la **planificación integrada y la planificación territorial del turismo**, resulta crucial disponer de **investigaciones y estudios** específicos, tanto del sector turístico como de otros ámbitos relacionados al análisis territorial, ambiental, sociocultural, económico y de evaluación de políticas públicas y planes estratégicos, entre otros.

A diferencia de las estadísticas del sector, la accesibilidad a estas fuentes de información a menudo es limitada. Por tanto, la Estrategia se enfoca en mejorar su disponibilidad y promover el **desarrollo de investigaciones y estudios con un enfoque más integrador**, para lograr una articulación más profunda de las perspectivas a nivel regional y local, e incrementando la colaboración multisectorial en la investigación.

La realización de estudios sociales y multidisciplinarios sobre recursos naturales, dinámicas territoriales, efectos de cambios globales y climáticos, la lógica y valores

de los actores, la sostenibilidad de prácticas recreativas y de mercado, y la gobernanza de áreas protegidas son esenciales⁹⁰. Se plantea llevar a cabo **estudios estructurales y coyunturales** que enriquezcan el conocimiento, refuercen la planificación turística y mejoren la toma de decisiones. En esta área, la Subsecretaría de Turismo tiene la capacidad de solicitar a los ministerios, servicios públicos y entidades con participación estatal los datos e información necesarios para desempeñar sus funciones.

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requiere una serie de iniciativas orientadas a fortalecer la investigación turística mediante la colaboración intersectorial y académica, enfocándose en estudios avanzados para mejorar la planificación y la toma de decisiones informadas en el sector.

LÍNEA DE ACCIÓN Nº21

Planificación estratégica integrada

Esta línea de acción, tiene como objetivo fomentar una planificación turística integrada, sostenible y participativa en todos los niveles, asegurando la sinergia entre el turismo y el desarrollo económico, social y medioambiental.

Dado que el turismo es una actividad estratégica para el país, surge la necesidad de fortalecer la incorporación con mayor fuerza de la dimensión turística por parte de los órganos estatales en el diseño y ejecución y coordinación de planes y programas que impactan en la actividad. Es crucial que los gobiernos regionales y, de forma prioritaria, los ministerios que forman parte del Comité de Ministros del Turismo integren en sus planes y programas las líneas de acción propuestas por esta Estrategia, considerando en forma efectiva el sistema institucional establecido para el desarrollo del turismo.

Esto incluye fortalecer las capacidades institucionales para integrar criterios turísticos, promover la participación ciudadana y evaluar impactos en el sector.

El pilar de Inteligencia turística y planificación destaca la relevancia de una **planificación turística integrada**, que contemple una visión holística y sostenible del sector para guiar la elaboración y actualización de los múltiples planes de acción que se desarrollan a nivel comunal, destinos y regiones⁹¹. Este enfoque incluye aspectos claves como las **tendencias de viaje, el comportamiento de los turistas y el impacto socioeconómico y ambiental del turismo**. Se hace especial énfasis en la necesidad del desarrollo sostenible y en la implementación de políticas y planes efectivos, que requieren una alineación y armonización coherentes a los niveles nacional, regional y comunal.

⁹⁰ Programa de Gobierno 2022-2026, www.gob.cl

⁹¹ ZOIT, políticas y planes de carácter regional, programas de fomento, planes de desarrollo turístico comunal, entre otros

LÍNEA DE ACCIÓN N°22

Planificación territorial con enfoque turístico

La línea de acción se enfoca en garantizar que la planificación territorial, tanto en zonas urbanas como rurales, implemente estrategias para reducir los impactos negativos sobre el desarrollo turístico sostenible. Esta iniciativa promueve la participación y descentralización, respetando las características únicas de cada destino y fomentando un desarrollo armónico de las actividades productivas que se alineen o complementen con la visión turística de estas áreas. Esto requiere una integración más sólida de la dimensión turística en los instrumentos de planificación territorial, en colaboración con los Gobiernos Regionales y el Ministerio de Vivienda y Urbanismo. Se busca fortalecer las capacidades institucionales para una evaluación y

gestión territorial integral, apoyadas por sistemas de monitoreo que analicen el impacto de las actividades productivas, incluyendo el turismo, en el uso del suelo. Adicionalmente, se reforzará el papel de SERNATUR en las evaluaciones de impacto ambiental para asegurar la inclusión efectiva de criterios turísticos en la planificación y ordenamiento territorial.

Esta línea de acción, tiene por objeto contribuir en que el ordenamiento y la planificación territorial urbana y rural contemple medidas que minimicen potenciales impactos negativos en el desarrollo turístico sostenible de los destinos.

LÍNEA DE ACCIÓN N°23

Monitoreo continuo del sector turístico

Para ofrecer una visión detallada y actualizada sobre el estado del sector turístico y la eficacia de las políticas, planes, programas y acuerdos implementados, es esencial disponer de un **sistema de monitoreo y evaluación continuo**. Éste, debiese incorporar indicadores de desempeño, así como definir objetivos claros a corto y largo plazo y métricas específicas para evaluar el progreso del sector. Además, el sistema debería facilitar la comunicación periódica con el Comité de Ministros del Turismo, proporcionando informes detallados sobre la situación del sector, así como el cumplimiento, ejecución, resultados y avances de los acuerdos e instrucciones emanados desde el Comité. Para ello, se propone un

esquema de coordinación basado en dos niveles, uno nacional y otro a nivel regional en cada una de las 16 regiones del país, como se detalla en el apartado "Gobernanza de la Estrategia" figura 26.

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requiere una serie de iniciativas orientadas a implementar un sistema de monitoreo y evaluación sólido y dinámico para el sector turismo, enfocado en la sostenibilidad, adaptabilidad y el impacto socioeconómico, asegurando decisiones informadas. Además de datos desagregados por sexo cuando sea pertinente.



Frutillar

REGIÓN DE LOS LAGOS





PILAR 5

ECOSISTEMAS
PRODUCTIVOS
DE ALTO IMPACTO



5.5

PILAR 5

Ecosistemas productivos de alto impacto

El ecosistema turístico está sujeto a unas condiciones sin precedentes que están evolucionando rápidamente y afectando a sus modelos empresariales tradicionales⁹². El pilar **Ecosistemas productivos de alto impacto** se enfoca en consolidar un entorno turístico en Chile que, al ser robusto y adaptativo, genera evidentes impactos positivos a nivel local.

Chile ocupa el puesto 34 a nivel mundial y el cuarto en América en el Índice de Desarrollo de los Viajes y el Turismo⁹³. Aunque la mayoría de los factores se encuentran en el promedio, **destaca la necesidad de mejorar la protección y seguridad (puesto 82) y los recursos humanos y el mercado laboral (puesto 58)**. La accesibilidad a financiamiento para las pequeñas y medianas empresas (PYME) es un aspecto crucial para el turismo, ya que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos son MIPYMEs.

Chile cuenta con un sólido ecosistema de innovación y emprendimiento con diversos programas e instrumentos

de apoyo empresarial. Actualmente, la aplicación de éstos recae principalmente en la administración regional. En este ecosistema, destacan el **Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)**⁹⁴, que se centra en micro y pequeñas empresas, y la **Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)**⁹⁵, que se enfoca en pequeñas y medianas empresas. Por su parte, el **Servicio de Capacitación y Empleo (SENCE) y el Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario (INDAP)** también cumplen un rol preponderante. Así, los ministerios respectivos concentran prácticamente el 90% de los recursos invertidos en esta área⁹⁶. Por su parte, las corporaciones, agencias y comités regionales de desarrollo productivo se han vuelto más relevantes en el impulso del turismo, respaldadas por recursos de los gobiernos regionales a través del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) y el Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC-R). En efecto, existe una fuerte dependencia de las Direcciones Regionales de SERNATUR con relación al FNDR, con un aporte del 41% en 2019⁹⁷.

⁹² Conclusiones del Consejo de la Unión Europea respecto a la Agenda Europea para el Turismo 2030

⁹³ SERNATUR (2023) Verano 2023 registra más de 22 millones de viajes dentro de Chile y la llegada de 1,2 millones de turistas extranjeros, <https://www.sernatur.cl/verano-2023-registra-mas-de-22-millones-de-viajes-dentro-de-chile-y-la-llegada-de-12-millones-de-turistas-extranjeros/>

⁹⁴ Instrumentos de SERCOTEC que destacan por su uso en el sector son: Capital semilla; Capital abeja; Crece; Internacionalización; Digitalización; Fortalecimiento de Gremios; Fortalecimiento de Barrios Comerciales; Crece Sostenible.

⁹⁵ CORFO posee una amplia variedad de instrumentos de apoyo al sector productivo. Destacan por su uso en el sector turismo los ligados a la puesta en marcha y desarrollo de nuevas empresas (Emprendimiento) y los relacionados con mejoramiento competitivo e innovación, entre los que se cuentan: Programas de apoyo a la reactivación (PAR); Programas de Formación para la Competitividad (PFC); Programas Territoriales Integrados (PTI); Programas Transforma; Programas de difusión tecnológica (PDT).

⁹⁶ Correa, Dini y Letelier, "Análisis del sistema público de apoyo al desarrollo productivo en Chile desde un enfoque multinivel", Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/215/Rev.1), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2022

⁹⁷ Correa, Dini y Letelier, "Análisis del sistema público de apoyo al desarrollo productivo en Chile desde un enfoque multinivel", Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/215/Rev.1), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2022

LÍNEA DE ACCIÓN N°24

Capital humano especializado y empleo de calidad

A diferencia de otras industrias, el turismo se basa fuertemente en la interacción humana y la capacidad de crear una conexión emocional con los clientes. El sector reconoce esto y se plantea mejorar la experiencia del turista para hacer de Chile un destino de clase mundial, fomentando la generación y recuperación de empleos con estándares de trabajo decente y la profesionalización del talento humano.

Así, y con un **capital humano especializado y empleo de calidad**, se busca garantizar un desarrollo turístico más sostenible, basado en experiencias únicas y de calidad, buscando no solo elevar el estándar del servicio turístico, sino que también ofrecer oportunidades de **empleo de calidad, aumentando la formalización y disminuyendo brechas de desigualdad y seguridad**

laboral con un enfoque particular en jóvenes y mujeres y personas LGBTQIA+, asegurando un crecimiento inclusivo y equitativo.

Para llevar a cabo esta línea de acción, se requiere una serie de iniciativas orientadas a impulsar un sector turístico próspero y equitativo a través del desarrollo de capital humano especializado, fomentando empleos de calidad, igualdad de género y oportunidades inclusivas. Esto implica el fortalecimiento de la coordinación de actores (Mesa Capital Humano); el fortalecimiento de competencias en sintonía con las necesidades del sector; la determinación de estándares mínimos que faciliten la empleabilidad; el impulso a la recuperación de empleos y el fomento de la investigación y uso de inteligencia de datos⁹⁸.

Quinchamalí
REGIÓN DE ÑUBLE



⁹⁸ Subsecretaría de Turismo (2023) Plan Estratégico Capital Humano en Turismo 2023-2026
<https://drive.google.com/file/d/1a-8oVlSmxnTSwBnhiUyGhH7pbUUGCCAC/view>





LÍNEA DE ACCIÓN N°25

Transformación digital

La era digital ha transformado todas las industrias y el turismo chileno busca estar a la vanguardia en materia de **transformación digital**, aprovechando iniciativas tales como: Programas de capacitación en digitalización y tecnologías; Pymes en Línea y Red de Digitalización Fortalece Pyme, todas de CORFO y otras de SERCOTEC como son: programa Ruta Digital y capacitaciones digitales entregadas por los Centros de Negocios. Además, se cuenta con una mesa de coordinación (Comité Gestor de Transformación Digital

en Turismo), liderada por Transforma Turismo. Ya sea a través de la adopción de herramientas digitales o del fomento tecnológico, el país se prepara para enfrentar los desafíos actuales y futuros, adaptándose rápidamente a los cambios del mercado y otros fenómenos globales.

Esta línea de acción, tiene por objetivo facilitar la transformación digital integral del sector turismo, potenciando la innovación tecnológica para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas.

LÍNEA DE ACCIÓN N°26

Desarrollo y transferencia tecnológica

El principal reto en materia de **desarrollo y transferencia tecnológica** radica en fortalecer la capacidad para **transferir, adaptar, desarrollar y difundir tecnologías**. El turismo en Chile posee ventajas comparativas frente a actividades extractivas, y la ciencia, tecnología, conocimiento e innovación (CTCI) pueden desempeñar un papel crucial en el aprovechamiento de este potencial.

Esto no solo mejora el impacto positivo en las comunidades locales, rescatando el valor del patrimonio natural y cultural, sino que también fomenta la innovación en procesos y productos.

Reconocer la importancia de integrar la CTCI en el turismo es crucial. Esto conlleva la necesidad de establecer una institucionalidad permanente capaz de generar bienes públicos necesarios para un desarrollo turístico resiliente y sostenible. Entre estos bienes se

incluye: investigación y desarrollo de destinos resilientes y sostenibles; capacidades de respuesta y adaptación de destinos ante desafíos climáticos, desastres naturales y crisis diversas; gestión de la vulnerabilidad de destinos frente a crisis ambientales y desastres de origen múltiple; conservación de ecosistemas sensibles; infraestructura verde; fomento de la relación entre cultura y turismo; participación comunitaria; gestión del agua y eficiencia energética; gestión de flujos turísticos y saturación de destinos; incorporación de principios de economía circular en el turismo; educación y capacitación especializada; y desarrollo de herramientas y protocolos.

Esta línea de acción, busca implementar iniciativas orientadas a catalizar el progreso tecnológico alcanzado en el sector turismo, promoviendo la adopción de tecnologías avanzadas y el desarrollo de startups para una industria turística más resiliente y adaptativa.

Capilla de Mármol

REGIÓN DE AYSÉN DEL GENERAL
CARLOS IBÁÑEZ DEL CAMPO



LÍNEA DE ACCIÓN N°27

Competitividad, innovación y acceso a instrumentos de fomento

Esta línea de acción tiene por objetivo fomentar un ecosistema dinámico de innovación y desarrollo empresarial en turismo, con acceso simplificado a programas e instrumentos de fomento, impulsando la competitividad y la adopción de prácticas sostenibles.

Los principales desafíos de la línea de acción en **competitividad e innovación turística** se centran en **mejorar la competitividad de los destinos y fomentar la creación de alianzas y redes**. Además, se busca desarrollar y promover la innovación productiva, junto con prácticas y una cultura de innovación en el sector.

A diciembre de 2023, se encuentran en implementación cerca de veinte programas de turismo con financiamiento CORFO, al alero de Transforma Turismo, junto a

Programas Territoriales Integrados de CORFO. Estos se orientan a elevar la competitividad de los territorios y de las cadenas de valor en turismo. A estos se añaden otros instrumentos relevantes, tales como: programas de apoyo a la reactivación; programas difusión tecnológica; programas para iniciativas de fomento integradas, red de asistencia digital fortalece PYME y fomento a la calidad, entre los más utilizados en el sector turístico. En este contexto, se ha intensificado la transferencia de competencias para el uso y focalización de instrumentos y asignación de recursos de parte de las regiones y los Comités Regionales de Desarrollo Productivo. La coordinación y articulación efectiva de estos instrumentos emergen como desafíos clave a nivel regional, siendo esenciales para impulsar un desarrollo turístico más integrado, resiliente y sostenible.





LÍNEA DE ACCIÓN Nº28

Formalización y Sistema de Registro, calidad y seguridad turística

El Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos⁹⁹ establece un conjunto de directrices en relación con la oferta turística en Chile. Está compuesto por elementos tan relevantes como el **Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos (Registro)** y el **Sello de Calidad Turística (Sello Q)**. Además, establece las facultades de **inspección** del Servicio Nacional de Turismo en materia de calidad y seguridad. El Sistema, por tanto, está diseñado para regular la oferta turística y garantizar la calidad y seguridad de cara hacia los turistas. El registro solamente es **obligatorio para los servicios de turismo aventura y alojamiento turístico**, siendo voluntario para el resto de las categorías.

A diciembre de 2023, el Registro contaba con casi **35 mil servicios inscritos**, constituyéndose de esta forma en una de las fuentes de información más relevantes del sector. Los desafíos actuales y futuros del Registro, junto con incrementar el número de empresas

registradas, consisten en llevarlo a un nivel más alto de sofisticación, en temas tales como el **mejoramiento de la experiencia del usuario, mayor interoperabilidad con otras plataformas del Estado, incremento de los beneficios para prestadores, frecuencia de actualización de datos** y en general, implementar un sistema de gestión de alta interactividad con los usuarios.

Lo anterior permitiría aumentar considerablemente el número de establecimientos registrados y seguir consolidando el Registro como un sello de garantía de la oferta de cara a los turistas.

Para llevar a cabo esta línea de acción se desarrollarán iniciativas orientadas a fortalecer y consolidar el sistema que permitan regular, ordenar y potenciar la oferta de servicios turísticos en función de la normativa vigente, acompañado de la mejora en los procesos y plataformas, así como también la adecuación de normas.

Puelo
REGIÓN DE LOS LAGOS



⁹⁹ Título VII, Ley N°20.423 <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1010960>

LÍNEA DE ACCIÓN N°29

Gestión de la estacionalidad

La estacionalidad en la demanda turística, impulsada por factores no controlables como las condiciones climáticas y las vacaciones escolares, representa un desafío significativo para muchas regiones y sus destinos turísticos. Este fenómeno se caracteriza por una marcada concentración de visitantes en ciertos meses, lo que a menudo lleva a una disminución drástica de ingresos durante la temporada baja¹⁰⁰. Esto afecta no solo la economía local y la estabilidad del empleo, sino que también puede resultar en una sobrecarga de la infraestructura local, los recursos naturales y los servicios durante los periodos de alta demanda.

Para abordar efectivamente este problema, es crucial priorizar la gestión de la estacionalidad en el funcionamiento del ecosistema productivo. Esto implica fomentar un impacto turístico significativo también en periodos de baja demanda. Algunas estrategias clave incluyen la diversificación de la oferta turística; incentivos para atraer

visitantes en temporada baja; la adopción de prácticas de turismo sostenible; la implementación de tecnologías innovadoras que atraigan turistas fuera de la temporada alta; la colaboración intersectorial para el desarrollo de estrategias integradas; la realización de estudios para comprender mejor las tendencias del mercado y las preferencias de los turistas, y la inversión en infraestructuras y servicios flexibles, capaces de adaptarse a las fluctuaciones en la demanda turística. Estas acciones son fundamentales para mitigar los efectos de la estacionalidad y promover un desarrollo turístico más equilibrado y sostenible. Destacable en este ámbito ha sido la implementación de los programas denominados como de turismo social.

Esta línea de acción busca desarrollar estrategias innovadoras para equilibrar la demanda turística a lo largo del año, promoviendo el desarrollo económico local y minimizando impactos ambientales y socioculturales.

¹⁰⁰ Cabe señalar que los meses de temporada baja varían según el tipo de oferta predominante en el destino, en efecto se tienen distintas situaciones para destinos de sol y playa; termales; centros invernales; de eventos y congresos, entre otros.





Embalse El Yeso
REGIÓN METROPOLITANA
DE SANTIAGO



PILAR 6

INVERSIÓN
TURÍSTICA
VERDE



5.6

PILAR 6

Inversión turística verde

Chile sigue siendo uno de los países más atractivos para invertir en América Latina, liderando diversos índices y rankings que dan cuenta de un entorno atractivo para las inversiones y los negocios (Tabla 5). El país se encuentra en el puesto N°49 en materia de **Infraestructura (Figura 24), y N°7 a nivel continental en el Índice de Desarrollo de los Viajes y el Turismo¹⁰¹**, en cuanto a disponibilidad y calidad de infraestructura física y planta turística, ubicándose por debajo de países

como Canadá (2) y Costa Rica (4). Al analizar más detalladamente este indicador, Chile ocupa el puesto N°52 en infraestructura portuaria y terrestre, N°51 en infraestructura de aeropuertos, y N°36 en planta turística. Las principales deficiencias se encuentran en la densidad de la red vial y ferroviaria, el número de líneas aéreas operativas, y la cantidad de habitaciones de hotel per cápita, todas estas por debajo del promedio global.

FIGURA 24. Posición de Chile en Ranking de Infraestructura



Fuente: WEF (2022)¹⁰²

¹⁰¹ World Economic Forum (2022), Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future, WEF, Ginebra, disponible en línea: <https://www.weforum.org> [15-12-2023]

¹⁰² IPSOS (2023) Infraestructura turística en Chile <https://www.ipsos.com/es-cl/chile-esta-entre-los-paises-mas-satisfechos-con-su-infraestructura-pe-ro-queda-al-debe-en-oferta-de#:text=Chile%20se%20posiciona%20en%20el,los%20ciudadanos%20con%20la%20infraestructura>.

El concepto central elegido para celebrar el Día Mundial del Turismo 2023 fue **Turismo e Inversiones Verdes**, bajo el lema **“Invertir en las personas, el planeta y la prosperidad”**. En su nota conceptual, la OMT destaca la necesidad de apoyar la reactivación del turismo a través del impulso de inversiones alineadas con los grandes desafíos actuales en materia de sustentabilidad, así como con el cumplimiento de los ODS. Ahí se plantean tres ámbitos esenciales en materia de Inversiones Verdes:

- **Personas**, donde se aborda la necesidad de dar prioridad a la educación y capacitación en turismo.
- **Planeta**, donde se plantea la necesidad de apoyar la transición verde del turismo en todas las escalas.
- **Prosperidad**, donde se destaca como clave el fomento a la innovación y el emprendimiento.

Siguiendo esa línea, la Estrategia busca **promover y articular inversiones, tanto públicas como privadas, que aporten de forma directa a la consolidación de un turismo más sustentable, equitativo y de calidad en Chile**. Dichas inversiones cumplen con diversos propósitos, tales como mejorar la conectividad, impulsar el desarrollo de productos y experiencias, mejorar la infraestructura turística, fortalecer el ecosistema emprendedor y fortalecer el capital humano, por mencionar algunos.

El fin último es impulsar el desarrollo turístico de todas las regiones de Chile, promoviendo el bienestar de las comunidades locales y la conservación del medio ambiente, al tiempo que se estimula el crecimiento económico. Para ello, entre otras cosas, es necesario establecer criterios de inversión turística sustentable para el sector turismo, **coordinar esfuerzos** entre diferentes ministerios y agencias del Estado, **adecuar y simplificar normativas** y generar nuevos y mayores **incentivos** a la inversión privada, entre otras prioridades.

LÍNEA DE ACCIÓN N°30

Inversión interministerial en infraestructura estratégica para el turismo

Son varios los ministerios e instituciones públicas que realizan inversiones que impactan al sector turismo, en temas tan relevantes como infraestructura vial, portuaria y aérea, ciclovías, miradores, equipamiento urbano, conectividad digital; conservación y puesta en valor del patrimonio natural y cultural, solo por mencionar algunas áreas. Incorporar con fuerza **criterios de pertinencia turística sostenible e identidad local**¹⁰³ en dichas inversiones resulta prioritario para consolidar un escenario turístico sustentable, inclusivo y estéticamente atractivo. De especial relevancia en esta línea resulta el **Plan Especial de Infraestructura de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030 del MOP**¹⁰⁴, a través del cual se despliega una cartera de proyectos con planes específicos para las 16 regiones del país, con los que se espera desarrollar alrededor de 6.720 km de conectores viales turísticos, 14.583 km de rutas escénicas, 699 km de

bordes costeros, 544 km de ciclovías y 3.723 km de senderos interpretativos¹⁰⁵. Otros ministerios como el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU)¹⁰⁶ realizan importantes inversiones en localidades turísticas, a través de infraestructura y equipamiento para la puesta en valor del turismo, por ejemplo, a través del **Programa Pequeñas Localidades**. De la misma forma el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT) resulta un actor clave en materia de inversión, impulsando sistemas de transporte más sustentable y ampliando la cobertura y calidad de la conectividad digital en destinos turísticos.

Esta línea de acción busca promover la creación de sistemas multimodales de transporte que aporten conectividad continua de turistas, promoviendo una oferta de experiencias únicas y conectando atractivos y destinos.

¹⁰³ Diseño y funcionalidad que considere la experiencia de visitante, por ejemplo, en materia de confort, información turística y estética

¹⁰⁴ Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Subsecretaría de Turismo. Plan Especial de Infraestructura MOP de apoyo al Turismo Sustentable a 2030. 1ra edición, diciembre de 2017. Subsecretaría de Turismo - Dirección de Planeamiento (MOP) https://planeamiento.mop.gob.cl/planes/especiales/Documents/Sintesis_Nacional.pdf

¹⁰⁵ OMT (2023) Tourism Doing Business, Investing in Chile <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-11/tourism-doing-business-investing-in-chile.pdf?VersionId=XSxoeKbUS4.56RPmhL8w27dFKIHadNgu>

¹⁰⁶ Ministerio de Desarrollo Social (2022). Programa Pequeñas Localidades <https://programassociales.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/programas/68447/2022/3>







Constitución
REGIÓN DEL MAULE



LÍNEA DE ACCIÓN N°31

Promoción de sistemas multimodales de transporte

La inversión en **sistemas de transporte multimodales interconectados**, tales como **rutas escénicas, ciclovías, senderos de largo aliento y rutas náuticas** presenta múltiples beneficios para Chile. Por una parte, estos sistemas conforman, en su conjunto, una plataforma inmejorable para el **desarrollo de una oferta de experiencias únicas y sustentables**, integrando destinos y segmentos¹⁰⁷. Por otro lado, promueven la utilización de **medios de transportes no contaminantes** y por lo tanto constituyen un aporte directo a la **descarbonización** del sector. Adicionalmente, al promover un turismo más lento y pausado, las **comunidades locales perciben mayores oportunidades** de participación directa en el

turismo. Finalmente, la consolidación de rutas y circuitos multimodales resulta clave para el **posicionamiento de Chile y sus destinos a nivel nacional e internacional**, promoviendo una oferta integrada y con denominación de marca¹⁰⁸, facilitando su empaquetamiento y comercialización.

Esta línea de acción busca promover la creación de sistemas multimodales de transporte que aporten conectividad continua de turistas, promoviendo una oferta de experiencias únicas y conectando atractivos y destinos.

LÍNEA DE ACCIÓN N°32

Entorno favorable para la inversión pública y privada

De acuerdo con la OMT *"Chile mantiene una política sólida y estable para la atracción y promoción de inversiones y desarrollo del sector turístico"*¹⁰⁹. En el último **Informe Doing Business 2020**¹¹⁰, Chile obtuvo la mejor calificación de la región (Tabla 5), ocupando el puesto N°59 en comparación con 190 países de todo el

mundo, obteniendo los mejores resultados en cuanto a facilidad para obtener servicio eléctrico, obtención de permisos de construcción, resolución de conflictos e insolvencias, cumplimiento de contratos y facilidad para abrir un negocio. Otros indicadores que reflejan un escenario atrayente para las inversiones en Chile son:

¹⁰⁷ Naturaleza, aventura, cultura, patrimonio, gastronomía, artesanía y otros

¹⁰⁸ Se refiere a los nombres comerciales o de fantasía creados para éstas

¹⁰⁹ OMT (2023) Tourism Doing Business, Investing in Chile <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-11/tourism-doing-business-investing-in-chile.pdf?VersionId=XSxoeKbUS4.56RpmhL8w27dFKIHadNgu>

¹¹⁰ Banco Mundial (2020) Informe Doing Business <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/10/24/doing-business-2020-sustaining-the-pace-of-reforms>

TABLA 3. Posición de Chile en índices globales vinculados a inversión y negocios

INDICE / RANKING	FUENTE	POSICIÓN CHILE
LIBERTAD ECONÓMICA Índice de Libertad Económica	HERITAGE FOUNDATION	22/162 Mundial 2 Américas
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS Ranking Doing Business	BANCO MUNDIAL	59/190 Mundial 1 Latam y Caribe
PAÍS INNOVADOR Índice Global de Innovación	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL	50/132 Mundial 1 Latam y Caribe
CORRUPCIÓN Índice de Percepción de la Corrupción	TRANSPARENCIA INTERNACIONAL	27/180 Mundial 2 Latam
PROSPERIDAD Índice de Prosperidad	LEGATUM INDEX	36/167 Mundial 1 Latam y Caribe

Todos los resultados año 2023

Fuente: Elaboración propia

Crear un **entorno favorable para la inversión privada** es fundamental para el crecimiento sostenible del sector turismo. Atraer las inversiones adecuadas al tipo de desarrollo turístico que se busca impulsar en Chile, requiere de una visión clara y de un trabajo permanente en diversos ámbitos que requiere de un esfuerzo colaborativo en conjunto con otras instituciones del Estado¹¹¹. Actualmente se encuentra en ejecución el **Plan de Acción 2020 – 2025 para la Atracción de Inversiones Turísticas**¹¹², el que plantea siete objetivos específicos y 24 acciones con el propósito de *“incentivar las inversiones turísticas para fomentar el desarrollo de proyectos sustentables que permitan potenciar, impulsar y diversificar la oferta turística en los destinos y dinamizar las economías locales”*.

En este contexto, las **normativas y permisos** constituyen un punto esencial para incentivar inversiones sustentables

en el sector turismo. Junto con promover el cumplimiento de la normativa para lograr lo más altos estándares, es necesario también abordar la adaptación de algunas normas de manera que, además de asegurar el cumplimiento de los requerimientos establecidos, se consideren las particularidades del sector turismo, especialmente en materia sanitaria en sectores rurales¹¹³. Asimismo, las normativas deben adaptarse a la evolución constante del sector turismo, donde por ejemplo aún no existe una regulación formal para el segmento de los vehículos recreacionales¹¹⁴.

Esta línea de acción busca promover la creación de un ambiente propicio para las inversiones públicas y privadas, ofreciendo incentivos a la inversión y facilitando una tramitación más expedita de permisos y patentes.

¹¹¹ Tales como Invest Chile, CONAF, Bienes Nacionales y Ferrocarriles del Estado

¹¹² Propuesto por el Comité ejecutivo para la atracción de inversiones turísticas. Disponible en <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/Plan-de-Accio%CC%81n-2020-2025-Inversiones-Turi%CC%81sticas-abril-2021.pdf>

¹¹³ SUBTURISMO (2022) Programa de Soluciones Sanitarias Sustentables, <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/02/3-programa-sistemas-sanitarios-sustentables.pdf>

¹¹⁴ Casas rodantes, carros de arrastre y motorhomes





LÍNEA DE ACCIÓN N°33

Puesta en valor del patrimonio natural y cultural de interés turístico

El pilar también pone énfasis en la **puesta en valor del patrimonio natural y cultural de interés turístico**. Esto implica atraer inversiones que resalten el valor de estos activos, promoviendo un turismo que sea accesible universalmente, ambientalmente responsable y de bajo impacto tanto en el entorno natural como en el sociocultural.

Esta línea de acción tiene por objetivo generar mecanismos para la atracción de inversiones públicas y privadas que permitan una puesta en valor sostenible del patrimonio natural y cultural de interés turístico.

Volcán Osorno

REGIÓN DE LOS LAGOS





Chile

chile.travel



LA IMPLEMENTACIÓN

6.1

FASES DE IMPLEMENTACIÓN

La implementación de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 se aplica en tres fases consecutivas. Cada una de estas fases presenta objetivos estratégicos orientados al desarrollo sostenible del sector, los que deben ser materializados en programas, políticas y planes a escala nacional, regional y municipal en las que se concreten acciones e iniciativas específicas.

Bajo este enfoque, se establece la importancia de dinamizar el turismo en la fase 1 (2024-2026) orientando los esfuerzos hacia recuperación total, que permitan en la fase 2 (2027-2030) consolidar al sector y dar cumplimiento de la agenda 2030, y finalmente en la fase de aceleración (2031-2035) sentar y acelerar las bases sólidas para un crecimiento sostenible. Con ello, se definen criterios de gradualidad (Figura 25) considerando las complejas incertidumbres del contexto global.

FIGURA 25. Fases de implementación Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035

FASE DE DINAMIZACIÓN	FASE DE CONSOLIDACIÓN	FASE DE ACELERACIÓN
2024-2026	2027-2030	2031-2035
Mantener los esfuerzos para la recuperación total del sector turismo en Chile . Esto implica impulsar la demanda turística interna e internacional, fortalecer la resiliencia en materia de fuerza de trabajo y gestión sustentable de destinos, y aumentar el gasto promedio del viajero.	<p>Consolidar el aporte económico del sector al PIB, con un fuerte énfasis en la sostenibilidad de los destinos y los residentes y el cumplimiento de la agenda 2030.</p> <p>Fortalecer una articulación pública y privada, multisectorial, que permita dar pasos concretos hacia la consolidación del turismo como una Política de Estado relevante.</p>	<p>Consolidar el turismo como una Política de Estado prioritaria, principalmente a través de una sólida articulación pública.</p> <p>Posicionar a Chile como un líder mundial en turismo sustentable, reconocido por generar experiencias de alto valor a chilenos y extranjeros.</p>

Fuente: Elaboración propia

6.2

GOBERNANZA DE LA ESTRATEGIA

Para operacionalizar esta Estrategia e impulsar su implementación y seguimiento, se propone un esquema de coordinación basado en dos niveles, uno nacional y otro a nivel regional en cada una de las 16 regiones del país.

NIVEL NACIONAL:

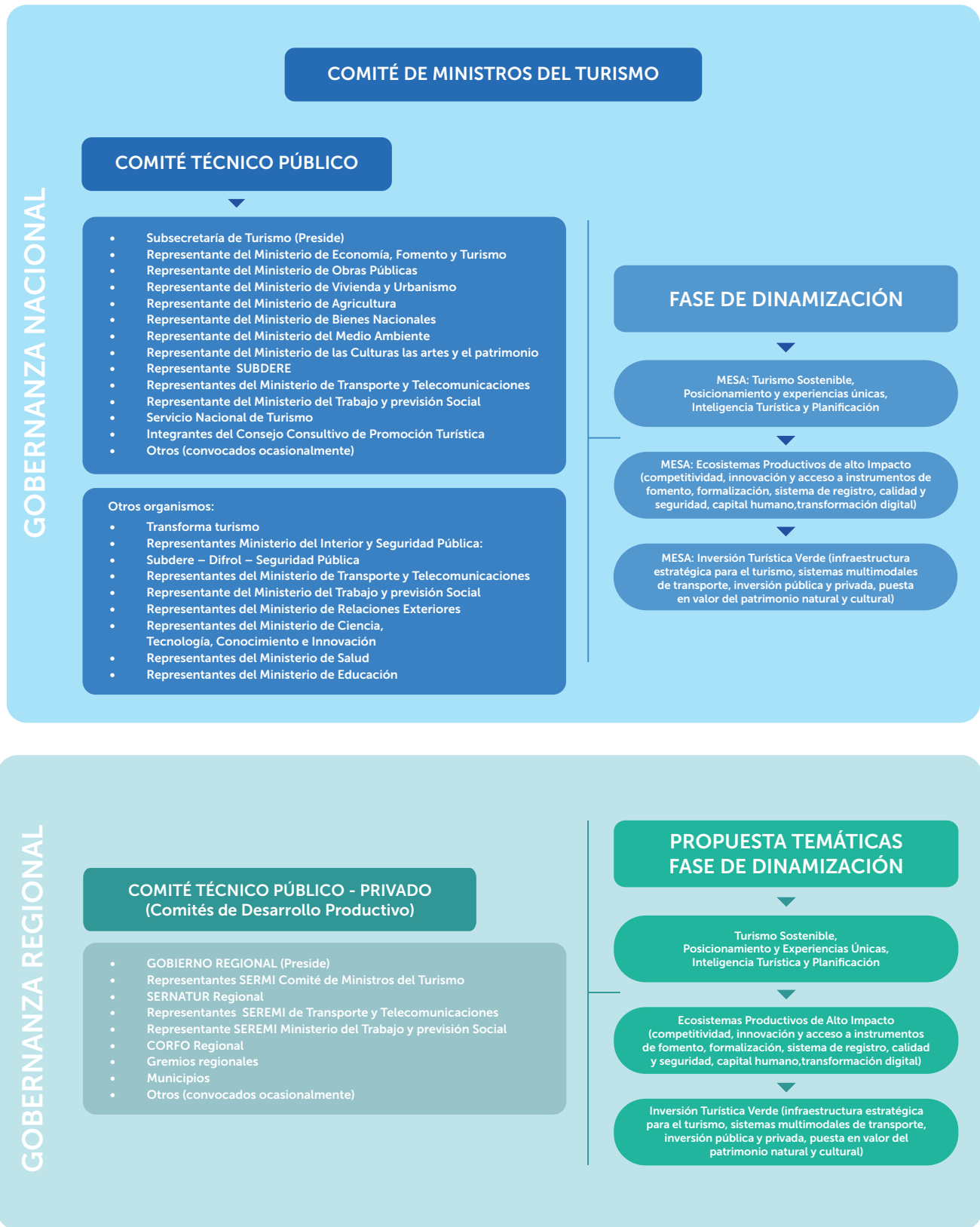
- Una gobernanza liderada por la Subsecretaría de Turismo, con el objeto de articular y mostrar avances periódicamente al Comité de Ministros del Turismo acerca de la marcha del sector, del cumplimiento, ejecución, resultados y desarrollo de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible. Esta gobernanza contempla trabajo en función de los seis pilares de la estrategia con participación público-privada.
- Para el funcionamiento de la gobernanza, se propone contar con un comité técnico público con representantes de los ministerios integrantes del Comité de Ministros del Turismo, así como también de otros sectores relevantes para el desarrollo del turismo, tales como Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE), Ministerio de transporte y telecomunicaciones, Ministerio del Trabajo y previsión social, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, Ministerio del Interior, PROCHILE, integrantes del consejo consultivo de promoción turística y ocasionalmente a los Ministerios de Salud y Educación. Este comité sesionará cada cuatro meses o cuando sea convocado por el/la Subsecretario/a de Turismo para monitorear los avances de la Estrategia.
- En la etapa de dinamización (periodo 2024-2026), el seguimiento se hará con la misma estructura que se informa en la Figura 26 "Estructura de gobernanza de la Estrategia", mediante a tres mesas de trabajo (1) Turismo Sostenible, Posicionamiento y experiencias, inteligencia turística; (2) Ecosistemas productivos; (3) Inversión turística.

NIVEL REGIONAL Y LOCAL:

- Se propone a nivel regional, una gobernanza liderada por el Gobierno Regional que contenga temáticas específicas regionales en función de cada uno de los pilares de la Estrategia. Con estructura similar a la gobernanza nacional, que incorpore a los municipios, programas estratégicos de Corfo y gremios regionales, de acuerdo con el modelo que determine cada región.
- Se propone que el comité de SEREMIS del Turismo, participe de esta gobernanza regional, como invitados para conocer la marcha del sector en la región.



FIGURA 26. Estructura de gobernanza de la Estrategia



Fuente: Elaboración propia

6.3

LA APUESTA OPERATIVA

La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 es una poderosa herramienta orientadora y guía para la elaboración de instrumentos de planificación, políticas, estrategias, planes y programas, medidas de gestión y sistemas de coordinación, orientados a lograr un desarrollo sostenible del turismo en todo el territorio nacional. En esta línea, se proyecta como un **insumo clave y referencial para la planificación de gobiernos regionales, municipios, actores del sector y ciudadanía en general**, así como también para los órganos del Estado que diseñen, ejecuten, coordinen o participen en el desarrollo de actividades o programas

asociados al turismo, y muy especialmente los sectores relacionados que se encuentran representados en el Comité de Ministros del Turismo.

Esta apuesta operativa implica que, los lineamientos aquí definidos, sean contextualizados a las realidades regionales, locales y territoriales dentro de un Modelo de Planificación Integrada (Figura 27) y considerando de manera sinérgica los distintos ámbitos intersectoriales, de interés estratégico, en donde las políticas públicas han desarrollado estrategias, orientaciones y planes nacionales (Figura 28).



Valle Casablanca
REGIÓN DE VALPARAÍSO



FIGURA 27. Modelo de planificación integrada

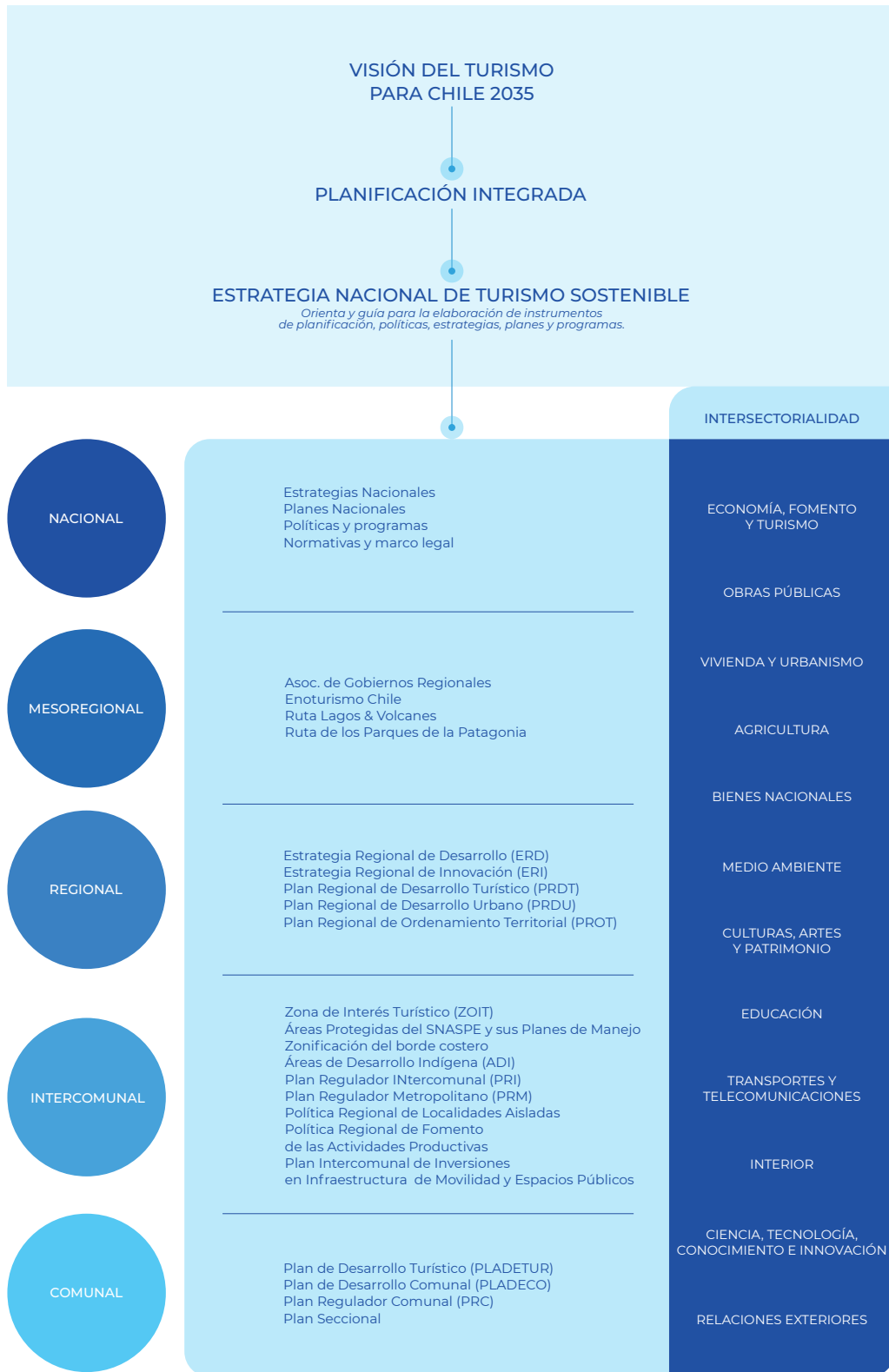


FIGURA 28. Ámbitos estratégicos de la Política Pública relacionados con ENT



Fuente: Elaboración propia



6.4

MONITOREO Y EVALUACIÓN

El éxito de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 solo será posible mediante un monitoreo y evaluación sistemática y continua sobre la medición de los avances, con el objetivo de establecer planes, programas, acciones e iniciativas orientadas a lograr los resultados esperados hacia el 2035.

Los procesos de monitoreo y evaluación deben considerar diversas metodologías y fuentes de información para generar evidencia sólida que permita la reformulación y ajustes en las políticas de turismo. Para ello, la OCDE 2012¹¹⁵, recomienda contar con datos e indicadores robustos, mecanismos participativos para la incorporación de los diversos actores del sistema, la importancia de un liderazgo con un firme compromiso y un programa de evaluación que abarque todos los enfoques técnicos, así como una clara difusión de los resultados. A su vez, los actores públicos y privados deben apropiarse de la evaluación y comprender sus contribuciones, con adecuados mecanismos de gobernanza que garanticen su coordinación con criterios objetivos. Finalmente, debe considerarse un tiempo adecuado para evaluar y un calendario con informes anuales en coherencia con los ciclos presupuestarios y de toma de decisiones.

Entre los mecanismos de seguimiento se propone la elaboración de un informe anual de cada pilar estratégico y sus líneas de acción. Este debe ser liderado por la Subsecretaría de Turismo, a través del modelo de gobernanza y en articulación con los actores relevantes del sector. Adicionalmente se propone elaborar una plataforma de seguimiento para reportar los avances e incrementar el involucramiento de los actores y los mecanismos de transparencia y participación.



¹¹⁵ OECD (2012) Tourism Trends and Policies, Evaluating Tourism Policies and Programmes https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012/evaluating-tourism-policies-and-programmes_tour-2012-4-en;jsessionid=ZQa74qeQjFZUTyTfNfW6c8YkJ1e4wYhRD-G50bETu.ip-10-240-5-82



Valle del Elqui
REGIÓN DE COQUIMBO





REFERENCIAS

Centro de Estudios Públicos, (2023). Conservación efectiva de la biodiversidad: 30 medidas urgentes para 2030, Informe de la Comisión Conservación, Institucionalidad y Filantropía

Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, 2024. Orientaciones estratégicas para la transición económico - productiva hacia un Desarrollo Sostenible. Profundización de la Estrategia Nacional de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación para el Desarrollo - 2022, como marco para la Política de Desarrollo Productivo Sostenible. Santiago, Chile. <https://docs.consejoteci.cl/wp-content/uploads/2024/04/Orientaciones-Estrategicas-para-la-transicion-Economico-Productiva-hacia-un-Desarrollo-Sostenible.pdf>

Correa, Dini y Letelier, (2022). Análisis del sistema público de apoyo al desarrollo productivo en Chile desde un enfoque multinivel, Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/215/Rev.1), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Diez, A., (2035). Gran parte de éstos ya existe en terrenos fiscales, sin embargo, no han sido articulados y organizados como oferta turística sustentable, entre ellos Qhapaq Ñan, Villarrica Traverse y Paso Vuriloche.

Guala, C., Veloso, K., Fariás, A., y Sariego, F., (2021). Caracterización del desarrollo turístico asociado a las áreas silvestres protegidas de la Patagonia chilena. En: J. C., Castilla, J. J., Armesto y M. J., Martínez-Harms (Eds.), Conservación en la Patagonia chilena: evaluación del conocimiento, oportunidades y desafíos, pp. 575-598. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile

IPSOS, (2023). Infraestructura turística en Chile, <https://www.ipsos.com/es-cl/chile-esta-entre-los-paises-mas-satisfechos-con-su-infraestructura-pero-queda-al-debe-en-oferta-de#:~:text=Chile%20se%20posiciona%20en%20el,los%20ciudadanos%20con%20la%20infraestructura>

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A., (2018). The carbon footprint of global tourism. Nature climate change, 8(6), 522-528.

Naciones Unidas, (2015). La Agenda para el Desarrollo Sostenible <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, (2012). Tourism Trends and Policies, Evaluating Tourism Policies and Programmes https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2012/evaluating-tourism-policies-and-programmes_tour-2012-4-en;jsessionid=ZQa74qeQJFZUTyTfNfW6c8YkJ1e4wYhRDG50bETu.ip-10-240-5-82

Organización de Naciones Unidas, (2020). La COVID-19 y la Transformación del Turismo. ONU: Madrid, Spain.

Organización Mundial del Turismo, (2011). El turismo hacia 2030 <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2011-10-11/los-turistas-internacionales-llegaran-1800-millones-en-2030>

Organización Mundial del Turismo, (2013). Panorama de Turismo Internacional [e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415519](https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415519)

Organización Mundial del Turismo, (2019). Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422753>

Organización Mundial Turismo, (2021). Informe mundial sobre las mujeres en el turismo – Segunda edición. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422753>

Organización Mundial del Turismo, (2022). Orientaciones para la incorporación de una perspectiva de género en el sector público dentro del ámbito del turismo, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423286>

Organización Mundial Turismo, (2023). World Tourism Barometer, Expert. Volume 21. Issue 1. January 2023. Excerpt. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO_Barom23_01_January_EXCERPT.pdf

Organización Mundial del Turismo, (2023). Barómetro del Turismo Mundial, edición septiembre 2023, <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2021.19.1.4>

Organización Mundial del Turismo, (2023). Tourism Doing Bussines, Investing in Chile. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-11/tourism-doing-business-investing-in-chile.pdf?VersionId=XSxoeKbUS4.56RPmhl8w27dFKlHadNgu>

Pastén, R., Araos, A., Urrutia, M., Salazar, J., Gómez, M. (2023). Valoración económica de los servicios ecosistémicos de los parques nacionales de la Región de Aysén. Programa Austral Patagonia de la Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile https://programaaustralpatagonia.cl/wp-content/uploads/2023/10/Valoracion_SSEE-AP-de-Aysen-VF_oct23.pdf

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, (2021). Reporte de Desarrollo Humano, <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-22>

Servicio Nacional de Turismo, (2012). Cambio Climático y Turismo: Guía de Adaptación y Mitigación para el Turismo Litoral 1ra edición, noviembre 2022 https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/11/GUIA-CC-Y-TURISMO_LITORAL.pdf

Servicio Nacional de Turismo, (2016). "Índice de Competitividad del sector de los viajes y turismo" <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2016/11/11.-Daniel-Meyer-Universidad-Andr%C3%A9s-Bello.pdf>

Servicio Nacional de Turismo, (2019). Hoja de Ruta de Turismo Accesible 2022-2026, <https://www.sernatur.cl/sernatur-da-a-conocer-hoja-de-ruta-de-turismo-accesible-2022-2026/>

Servicio Nacional de Turismo, (2022). Anuario Estadístico de Turismo, <https://www.subturismo.gob.cl/wpcontent/uploads/2023/10/anuario-estadistico-de-turismo-2022.pdf>

Servicio Nacional de Turismo, (2022) Informe Nacional Estado de Avance ZOIT 2022 https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/03/INFORME-NACIONAL-ESTADO-DE-AVANCE-ZOIT_AN%CC%83O-2022.pdf

Servicio Nacional de Turismo, (2022). Hoja de Ruta de Turismo Accesible 2022-2026, [sernatur.cl/wpcontent/uploads/2022/01/Hoja-de-Ruta-Turismo-accesible-2022.pdf](https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2022/01/Hoja-de-Ruta-Turismo-accesible-2022.pdf)

Servicio Nacional de Turismo, (2023). Plan de Marketing Turístico Internacional 2024-2026. [Disponible en https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/10/02.-Nuevo-PMTI.pdf](https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2023/10/02.-Nuevo-PMTI.pdf)

Servicio Nacional de Turismo y Subsecretaría de Turismo (2023) Informe de resultados: Aproximación PIB turístico de Chile <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/03/barometro-de-turismo-febrero-2023.pdf>

Servicio Nacional de Turismo y Subsecretaría de Turismo (2023) Informe de resultados: Aproximación PIB turístico de Chile <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/03/barometro-de-turismo-febrero-2023.pdf>





Servicio Nacional de Turismo y Subsecretaria de Turismo (2023) Informe de resultados: Aproximación PIB turístico de Chile <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/03/barometro-de-turismo-febrero-2023.pdf>

Subsecretaria de Turismo, (2022) Programa de Soluciones Sanitarias Sustentables, <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/02/3-programa-sistemas-sanitarios-sustentables.pdf>

Subsecretaria de Turismo, (2023). Plan Estratégico Capital Humano en Turismo 2023-2026 <https://drive.google.com/file/d/1a-8oVISmxnTSwBnhiUyGhH7pbUUGCCAC/view>

Subsecretaria de Turismo, (2023). Propuesto por el Comité ejecutivo para la atracción de inversiones turísticas. Disponible en <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/Plan-de-Accio%CC%81n-2020-2025-Inversiones-Turi%CC%81sticas-abril-2021.pdf>

World Economic Forum, (2022). Índice de Desarrollo de los Viajes y el Turismo: reconstrucción orientada a un futuro sostenible y resiliente. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTDI_2021_Press_Release_es.pdf

World Economic Forum, (2022). Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future, WEF, Ginebra, disponible en línea: <https://www.weforum.org> [15-12-2023].

World Travel & Tourism Council, (2023). The Environmental Impact of Global Tourism Report, <https://unfccc.int/es/process-and-meetings/que-es-la-convencion-marco-de-las-naciones-unidas-sobre-el-cambio-climatico>



Chullucane
REGIÓN DE TARAPACÁ



Diseño y Producción | **Notable Plus**

Alfredo Silva Valenzuela
Leandro Campillay Espinoza
Sebastián Vergara Araneda
Francisco Vieytes Liempi



