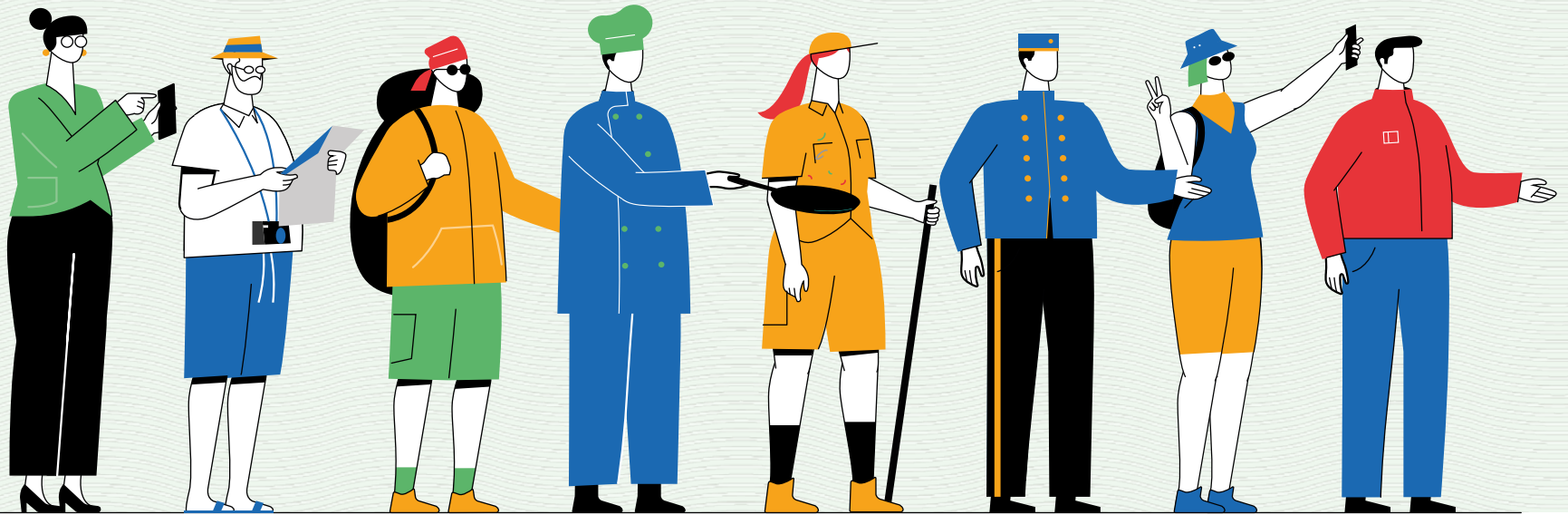


# ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO 2030



# ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO 2030



# ÍNDICE

<b>CAP 1.</b>	<b>ANTECEDENTES</b>	<b>5</b>
<b>CAP 2.</b>	<b>CONTEXTO</b>	<b>7</b>
	MARCO GLOBAL Y NACIONAL PREVIO A LA CRISIS SANITARIA	8
	IMPACTO DEL COVID-19 EN LA ECONOMÍA Y EL TURISMO	15
	DESPLIEGUE DE MEDIDAS DE MITIGACIÓN DEL COVID-19 EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO	20
	CONTRIBUCIÓN DE LA ENT 2030 A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	21
<b>CAP 3.</b>	<b>ACTORES RELEVANTES DEL TURISMO EN CHILE</b>	<b>22</b>
<b>CAP 4.</b>	<b>PROCESO DE FORMULACIÓN</b>	<b>25</b>
<b>CAP 5.</b>	<b>COMPONENTES ESTRATÉGICOS</b>	<b>29</b>
	MISIÓN Y VISIÓN	31
	PILARES ESTRATÉGICOS	32
	EXPERIENCIA DEL TURISTA	33
	SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL	36
	DESARROLLO REGIONAL	39
	INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	42
<b>CAP 6.</b>	<b>HABILITADORES DE LA ESTRATEGIA</b>	<b>45</b>
<b>CAP 7.</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>48</b>

## **PALABRAS DEL SUBSECRETARIO DE TURISMO**

### **JOSÉ LUIS URIARTE**

---

**C**hile es un país de belleza sin igual, una tierra bendecida por la naturaleza con una geografía asombrosa, que nos sorprende con paisajes, flora y fauna que van desde la magia del desierto más árido del mundo, en el norte de nuestro país; pasando por los fértiles y verdes valles del centro; y llegando hasta los milenarios glaciares de la zona austral.

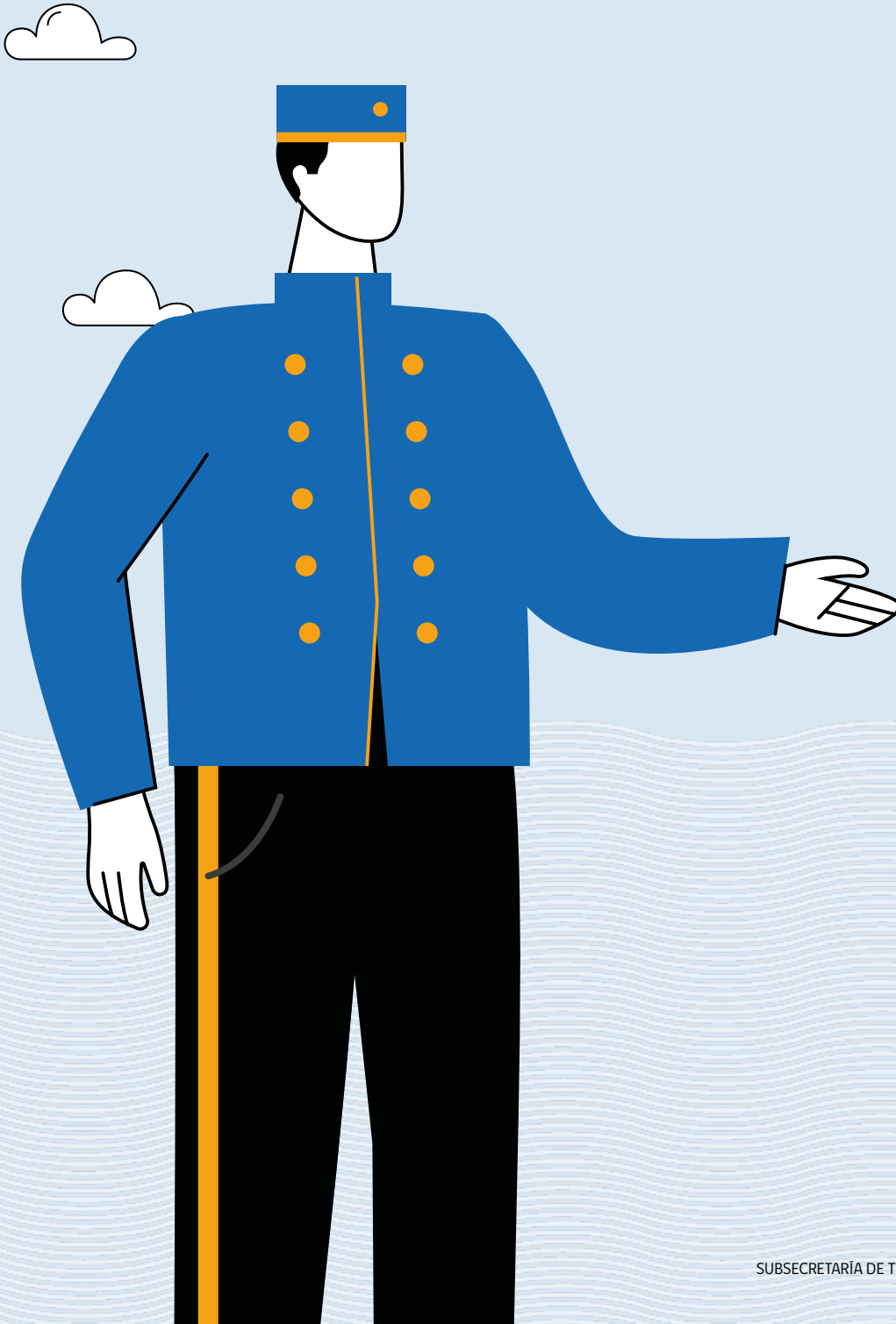
Nuestro maravilloso patrimonio natural, emplazado en tres continentes del planeta, se combina a la perfección con nuestra historia y nuestro patrimonio, con la calidez y la diversidad de nuestra gente y su cultura, para crear un lugar con un potencial turístico enorme que, usado responsablemente, puede y debe convertirse en motor de nuestro desarrollo socioeconómico.

Durante la última década la actividad turística en Chile ha dado un salto importante. Entre 2010 y 2018, la cantidad de turistas extranjeros que vienen a nuestro territorio aumentó en un 104%, posicionándonos como el tercer país más visitado de Sudamérica. A nivel interno, se estima que los chilenos y chilenas realizamos 22 millones de viajes anuales a lo largo y ancho de nuestro hermoso país.

El turismo es una industria virtuosa, que además de ser una importante fuente de empleo, es capaz de poner en valor nuestro patrimonio cultural, ambiental, natural e histórico. Por ello, estamos avanzando como nunca en nuestra historia en condiciones habilitantes que posibiliten un desarrollo sustentable, inclusivo y sostenible de esta industria, que es orgullo nacional.

Para que nuestro país pueda ser disfrutado cada vez por más y más personas, hemos reducido de forma considerable el costo de las tasas de embarque y estamos haciendo gigantescos esfuerzos en infraestructura, como la renovación de la red de aeropuertos, con la remodelación de 17 terminales aéreas en todo Chile, además de una amplia y ambiciosa red de carreteras y un potente plan de modernización ferroviario.

La Estrategia Nacional de Turismo 2030 que aquí presentamos será la hoja de ruta que guiará nuestras acciones en la década que comienza para convertir a este sector en la industria del futuro de nuestro país y consolidar a Chile como una potencia turística a nivel mundial.



# CAPÍTULO 1.

## ANTECEDENTES

## ANTECEDENTES

**E**n 1998 se elaboró la primera Política Nacional de Turismo<sup>1</sup> reconociéndose el avance experimentado por el sector, así como su potencial, y estableciendo como principal objetivo *“facilitar y estimular el desarrollo de la industria turística, en forma armónica, planificada y sustentable, enfatizando la competitividad y la transparencia del mercado, e incentivando la conciencia de país turístico, de manera de situar al turismo como uno de los sectores de la economía más importante del país”*.

En abril de 2005, buscando la continuidad en el desarrollo de la industria turística, se publicó una segunda Política Nacional de Turismo<sup>2</sup>, donde se menciona como una de las limitantes para impulsar al sector turístico en Chile la diversidad de instituciones públicas que abordaban materias turísticas sin existir mecanismos adecuados de coordinación. Con esto a la vista, en febrero de 2010 se promulgó la **Ley N° 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo**, integrado por el Comité de Ministros del Turismo<sup>3</sup>; la Subsecretaría de Turismo; el Consejo Consultivo de Promoción Turística<sup>4</sup> y el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur).

En este marco-que tuvo como principal objetivo el desarrollo sustentable y la promoción del sector-corresponde a la Subsecretaría de Turismo velar por la coordinación entre los ministerios, organismos y servicios participantes. A su vez, Sernatur debe promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile ejecutando planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, la calidad y la competitividad de la industria y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país. Por su parte, los gobiernos regionales, municipios y direcciones regionales de Sernatur desarrollan actividades de promoción y fomento del turismo en sus respectivos territorios.

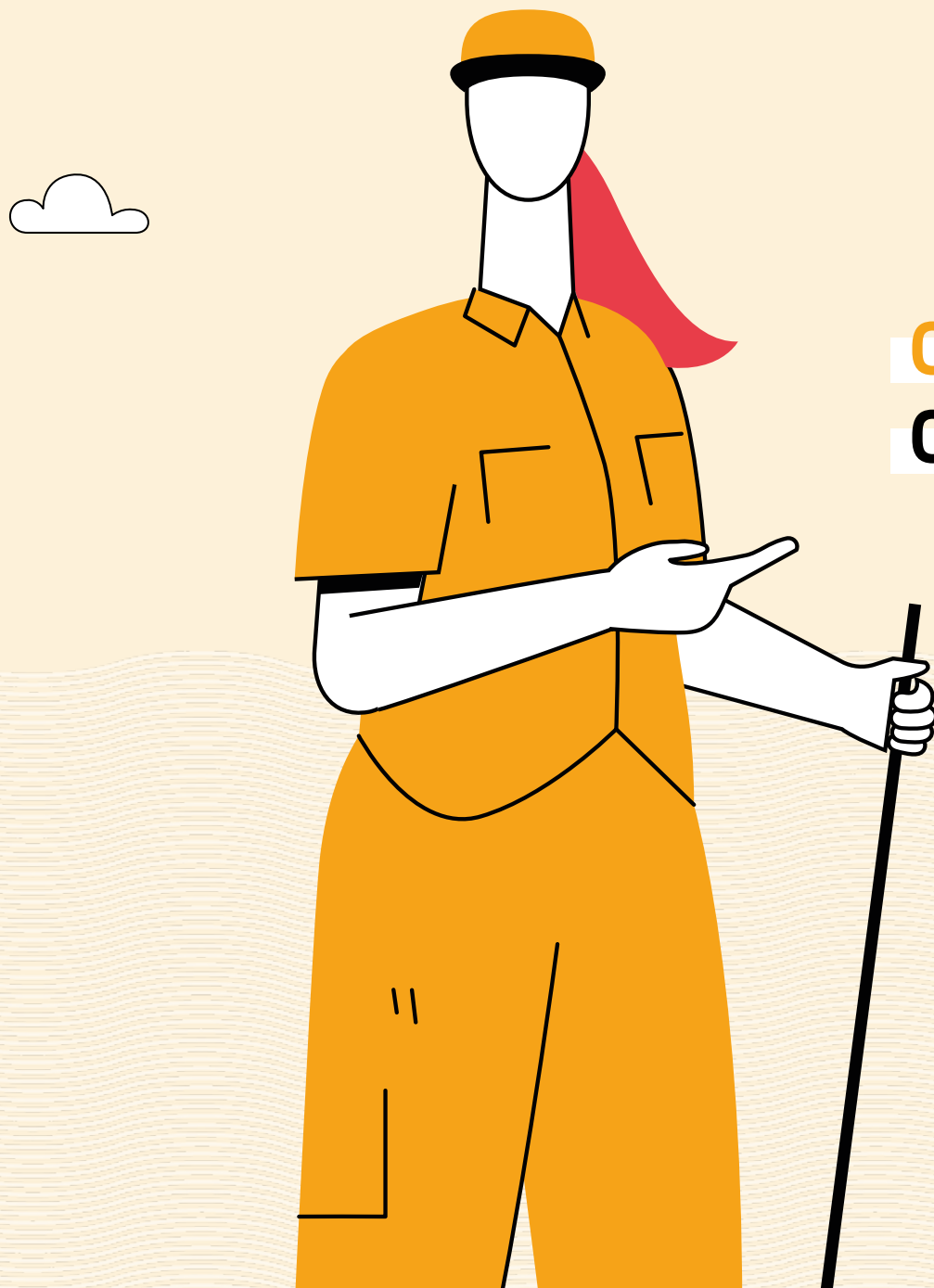
Bajo este contexto, en 2012 la Subsecretaría de Turismo elaboró la Primera Estrategia Nacional de Turismo con el objetivo de guiar el desarrollo del sector hasta 2020. Transcurrido el período de vigencia, la Subsecretaría de Turismo definió, en conjunto con otros actores del turismo la presente Estrategia Nacional de Turismo 2030 para establecer los lineamientos que permitirán fortalecer los logros alcanzados y continuar avanzando en el desarrollo del sector, dando cumplimiento a uno de los compromisos del Programa de Gobierno del Presidente Sebastián Piñera.

<sup>1</sup> Servicio Nacional de Turismo. (2005, septiembre). Política Nacional de Turismo. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/Pol%C3%ADtica-nacional-de-turismo-1998.pdf>

<sup>2</sup> Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción y Sernatur. (2005, 4 abril). Política Nacional de Turismo. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2017/07/20170728-Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Turismo.pdf>

<sup>3</sup> El Comité de Ministros del Turismo, creado por el artículo 7° de la Ley N° 20.423 del Sistema institucional para el Desarrollo del Turismo tiene como función asesorar al Presidente de la República en la fijación de los lineamientos de la política gubernamental para el desarrollo de la actividad turística. El comité es presidido por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y se encuentra integrado, además, por los ministerios de Obras Públicas, Vivienda y Urbanismo, Agricultura, Bienes Nacionales, Medio Ambiente y Ministerio de Cultura, las Artes y el Patrimonio.

<sup>4</sup> El Consejo Consultivo de Promoción Turística se encuentra regulado en los artículos 23 y siguientes de la Ley N° 20.423 (del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo), y en el Decreto N° 200, de 2010, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Corresponde a una instancia de trabajo público/privado cuyo objeto principal es asesorar y colaborar con el Comité de Ministros del Turismo, en la formulación de la Política Nacional de Promoción del Turismo, tanto a nivel nacional como internacional.



## CAPÍTULO 2. CONTEXTO

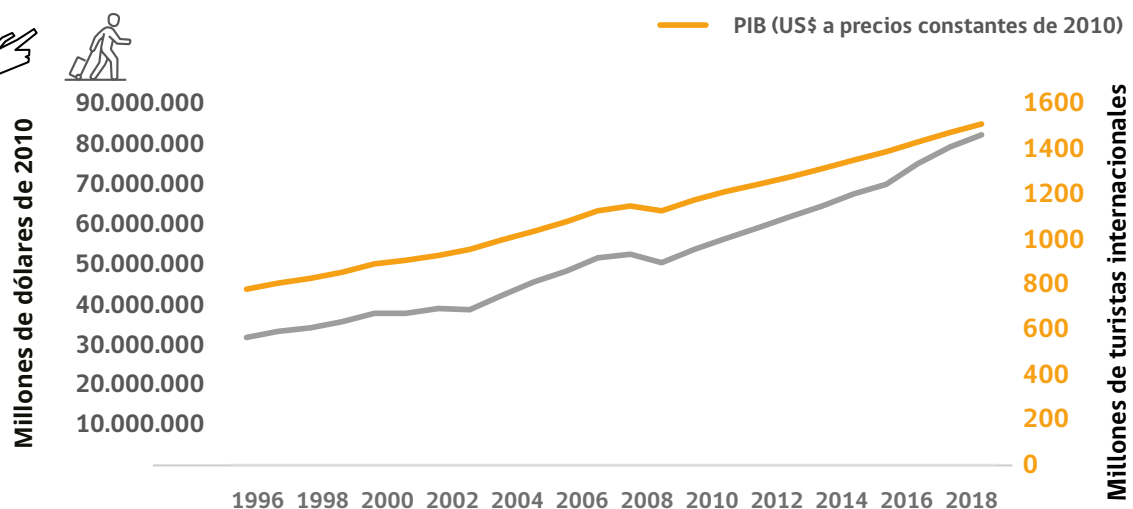
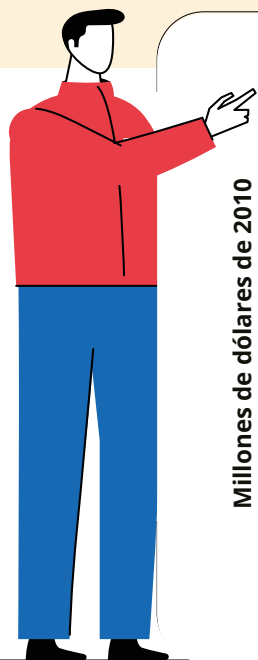
# MARCO GLOBAL Y NACIONAL PREVIO A LA CRISIS SANITARIA

Previo a la pandemia, el turismo era uno de los sectores económicos con mayor crecimiento en el mundo, consolidándose como un motor de desarrollo económico y social para los países. Según el Consejo Mundial del Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), en 2019<sup>5</sup> la contribución del sector –de manera directa e indirecta– al Producto Interno Bruto (PIB) global alcanzó el 10,4%<sup>6</sup>. En el mismo documento se destaca que este sector representaba un 10,6% de todos los puestos de trabajo del mundo (334 millones), siendo responsable de la creación de 1 de cada 4 nuevos pue-

tos de trabajo. Por otra parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT) reportó que el 2019 se registraron 1.466 millones de llegadas de turistas a nivel mundial, siendo el décimo año consecutivo de crecimiento<sup>7</sup>. De esta manera, continuó registrando una velocidad de crecimiento superior a la de la economía global, con una variación de 62,7% en las llegadas de turistas internacionales entre 2009 y 2019, en comparación con el crecimiento de 33,9% observado en el PIB global.

GRÁFICO 1:

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES Y PRODUCTO INTERNO BRUTO GLOBAL, 2000-2019



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la OMT y el Banco Mundial

<sup>5</sup> En este capítulo se presentan datos a 2019 puesto que los años posteriores se ven directamente impactados por los efectos que tuvo la pandemia en la actividad turística, lo que genera que sean períodos de baja representatividad. Más adelante se presenta el impacto de la pandemia en el sector, mostrando información de 2020 y 2021.

<sup>6</sup> WTTC 2021. *Travel & Tourism Economic Impact 2021*. Disponible en: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177>

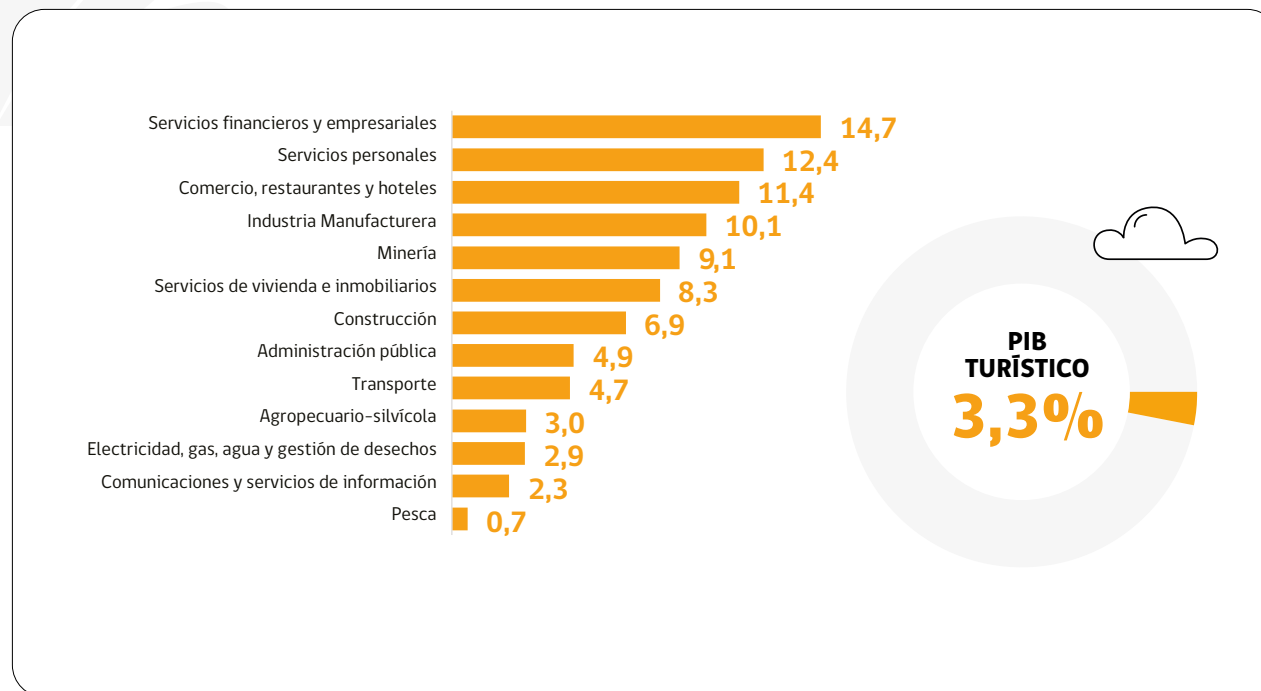
<sup>7</sup> OMT (Enero, 2020) El turismo internacional sigue adelantando a la economía global. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>



Chile no ha sido la excepción. En 2019, la industria de los viajes y el turismo aportó con el 3,3% del PIB nacional de manera directa<sup>8</sup>, estimándose una contribución de 6.489 miles de millones de pesos chilenos.

Comparativamente, durante 2019 el turismo se situó por sobre la participación de varios otros sectores<sup>9</sup>, como la pesca; comunicaciones y servicios de información; electricidad, gas, agua y gestión de desechos; y agropecuario-silvícola. Sin embargo, dado que la actividad turística es transversal a varios sectores, esta comparación se realiza solo con fines ilustrativos.

**GRÁFICO 2:**  
**POSICIÓN GLOBAL DE CHILE EN EL RANKING TRAVEL & TOURISM COMPETITIVENESS REPORT 2019**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Travel & Tourism Competitiveness Report 2019

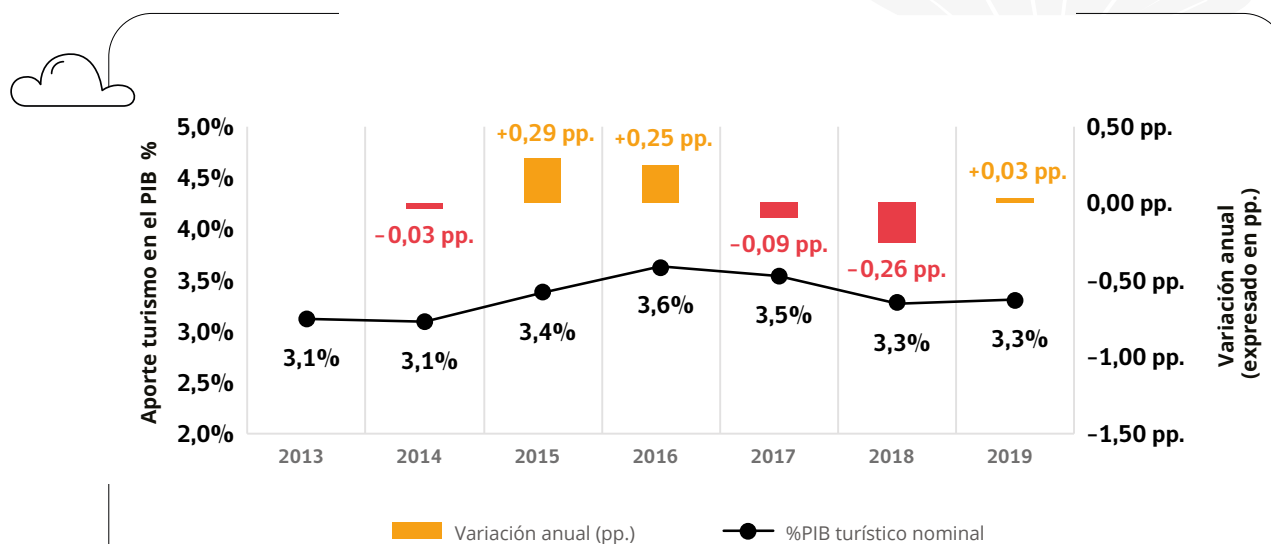
<sup>8</sup> Subsecretaría de Turismo. <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2021/11/Informe-de-resultados-PIB-tur%C3%ADstico-2013-2019-1.pdf>

<sup>9</sup> La comparación entre la participación del Valor Agregado Turístico en el PIB total, en relación con otras actividades económicas no es estrictamente correcta puesto que muchas de estas contienen parte de la actividad turística en sí mismas- por ejemplo, la actividad "Comercio, Restaurantes y Hoteles"- por lo tanto, esta comparación se realiza solo con fines ilustrativos.

En términos de evolución, es importante destacar que durante los períodos comprendidos entre 2013 y 2019, el PIB turístico nominal registró una tasa promedio de crecimiento anual de 7,3%<sup>10</sup>. Este resultado, en forma agregada, se explica, principalmente, por incrementos en el consumo de las actividades administrativas y de apoyo, asociadas a la mayor demanda de servicios de agencias de viajes y tour operadores; servicios de ali-

mentación, asociado, principalmente, al gasto turístico interno; actividades de apoyo al transporte terrestre, asociados a los viajes de turismo interno; servicios de vivienda, derivado de la mayor demanda de alojamiento de turistas residentes; y servicios de alojamiento, asociados a la permanencia de turistas extranjeros en el país.

**GRÁFICO 3:**  
**EVOLUCIÓN DEL APOORTE DEL TURISMO EN EL PIB NOMINAL (% PIB TURÍSTICO),**  
**TOTAL NACIONAL, SERIE ANUAL 2013-2019**



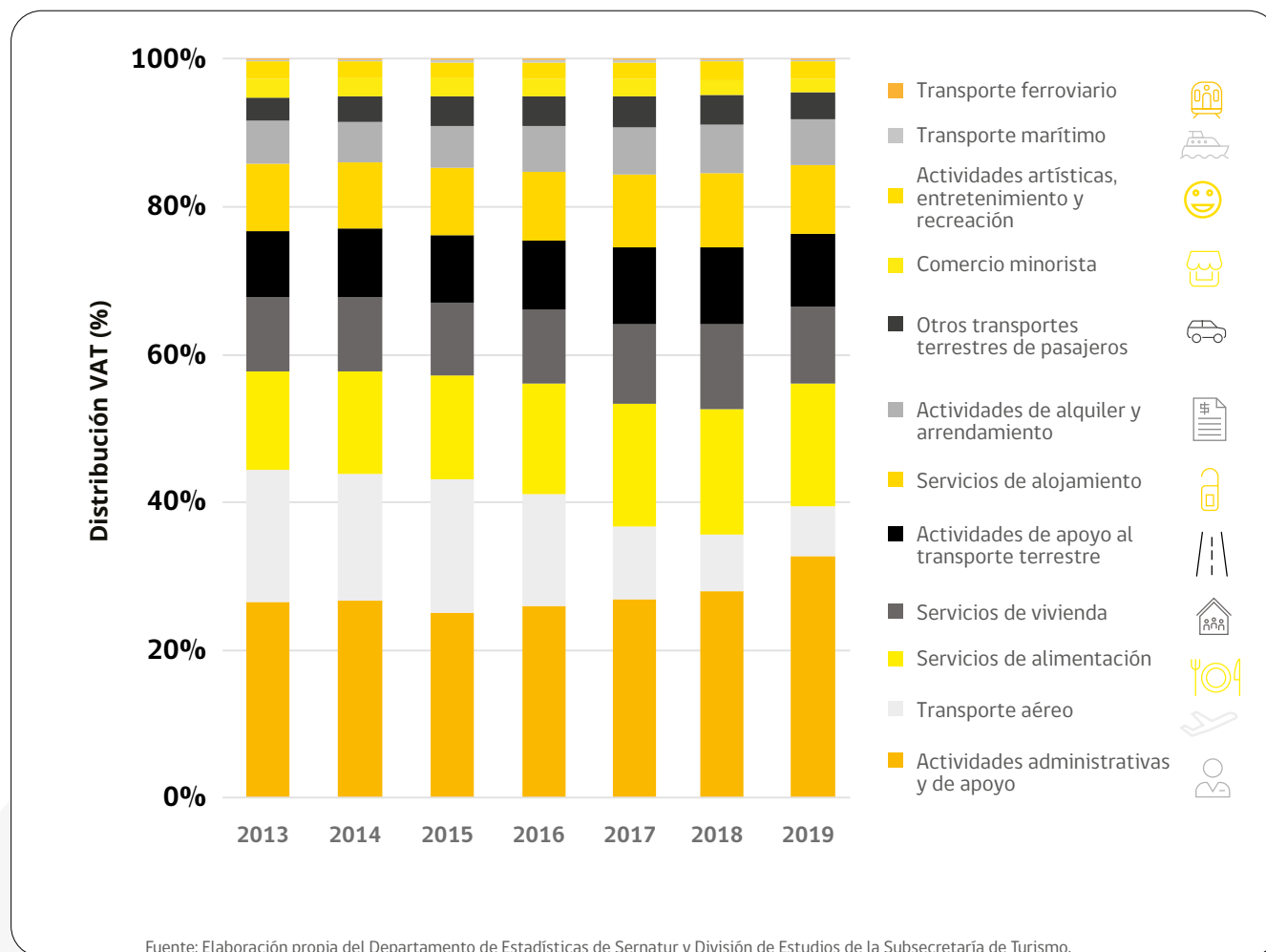
Fuente: Elaboración propia del Departamento de Estadísticas de Sernatur y División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo.

<sup>10</sup> El crecimiento del PIB valorado a precios corrientes refleja el crecimiento de la producción real, pero también el crecimiento de los precios de los productos de la economía. Bajo este contexto, los resultados provenientes de este análisis deberán ser tomados con el debido resguardo técnico.

En términos de estructura, el gráfico 4 ilustra la evolución del aporte de cada Actividad Característica del Turismo (ACT) sobre el total del Valor Agregado Turístico (VAT) desde 2013 hasta 2019. De lo anterior, se desprende, principalmente, lo siguiente:

- Las actividades administrativas y de apoyo, vinculadas a las agencias de viajes y tour operadores, han ido progresando con el tiempo, concentrando inicialmente un 26,5% del VAT para el 2013, mientras que para el último año de estimación (2019) alcanzó un 32,7% del total.
- Los servicios de alimentación también registraron una mejoría en lo que respecta a su aporte en el PIB turístico, concentrando un 13,3% en el 2013 y finalizando el 2019 con un 16,5%.
- Las actividades de transporte aéreo han ido disminuyendo su contribución porcentual en el VAT, concentrando inicialmente un 17,9% del total del VAT para 2013 y finalizando solo con un 6,9% del total del VAT para el año 2019.
- El resto de las ACT han permanecido sin mayores cambios en lo que respecta a su aporte porcentual sobre total del VAT.

**GRÁFICO 4:**  
**DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AGREGADO TURÍSTICO (VAT) - PIB TURÍSTICO NOMINAL - SEGÚN ACT, TOTAL NACIONAL, SERIE ANUAL 2013-2019**

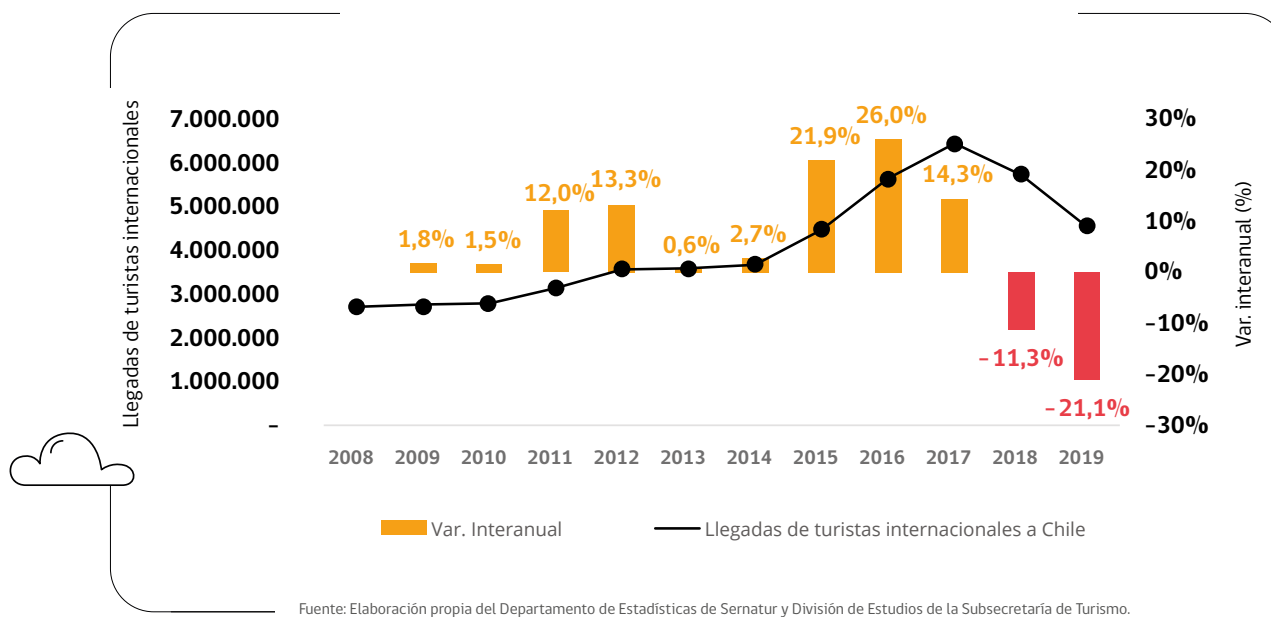


Fuente: Elaboración propia del Departamento de Estadísticas de Sernatur y División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo. Cifras provisionarias.

En términos del turismo receptivo, durante 2019 se registraron 4.517.962 llegadas de turistas extranjeros a Chile, las que han registrado una tasa de variación media acumulada de 5,1% entre 2009 y 2019<sup>11</sup>, con altos períodos de crecimiento –sobre todo durante 2015 y 2016–, producto de lo que se ha denominado

a nivel interno como la “burbuja argentina”, que ocasionó la masiva llegada de turistas trasandinos a Chile en busca de productos a precios de mercado, debido a los altos aranceles impuestos en el vecino país.

**GRÁFICO 5:**  
**LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES A CHILE, NIVELES Y VARIACIONES INTERANUALES, 2008-2019**



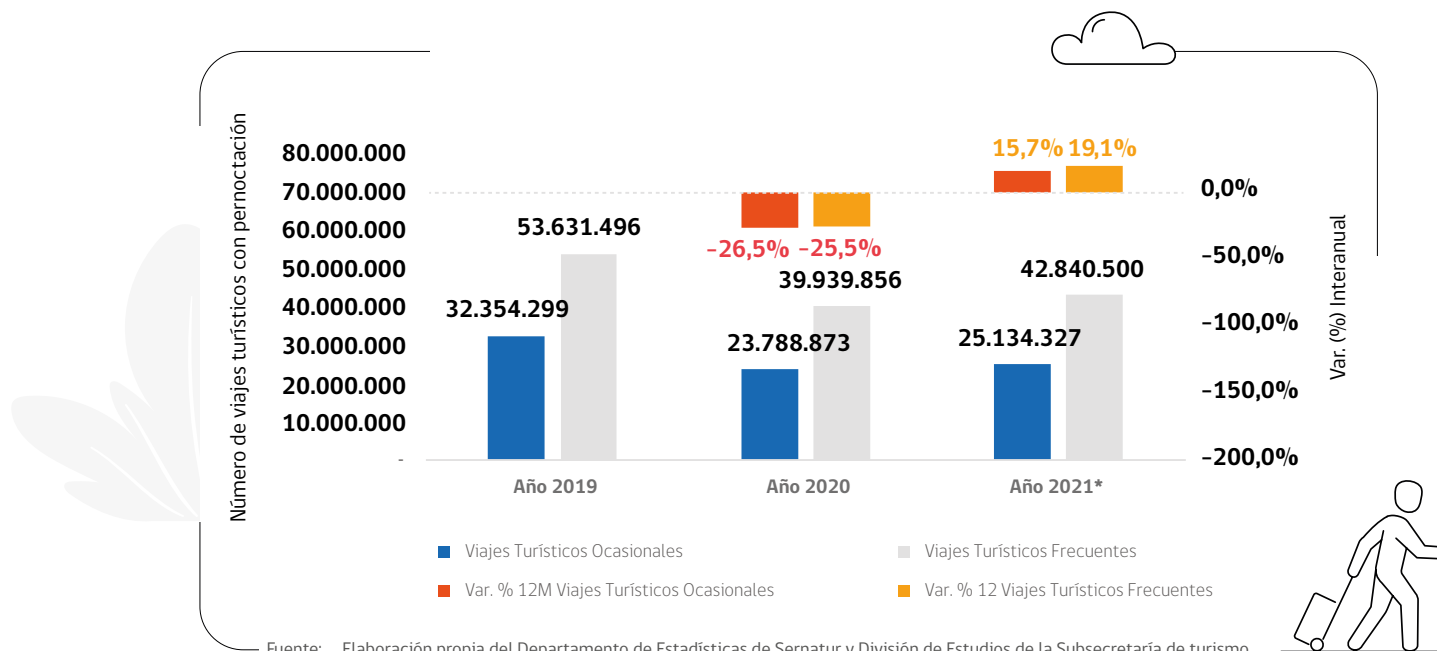
<sup>11</sup> Subsecretaría de Turismo, Llegada Turistas Extranjeros al País. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/documentos/estadisticas/>

A nivel del turismo interno, y según datos obtenidos a través del Big Data para el Turismo Interno, se evidencia una tendencia de crecimiento más moderada en comparación con la observada para el turismo receptivo. A su vez, mediante esta metodología de estimación de los viajes turísticos con pernoctación es posible conocer dos tipos de viajes turísticos, a saber:

- I. **Viajes turísticos frecuentes:** aquellos realizados con una frecuencia máxima de 3 veces al mismo destino principal durante el mes de análisis
- II. **Viajes turísticos ocasionales (no frecuentes):** aquellos que no se repiten al mismo destino en 3 meses.

Ambos tipos de viajes muestran comportamientos similares, evidenciando una caída mucho menos brusca que la observada en el turismo receptivo, como se verá más adelante.

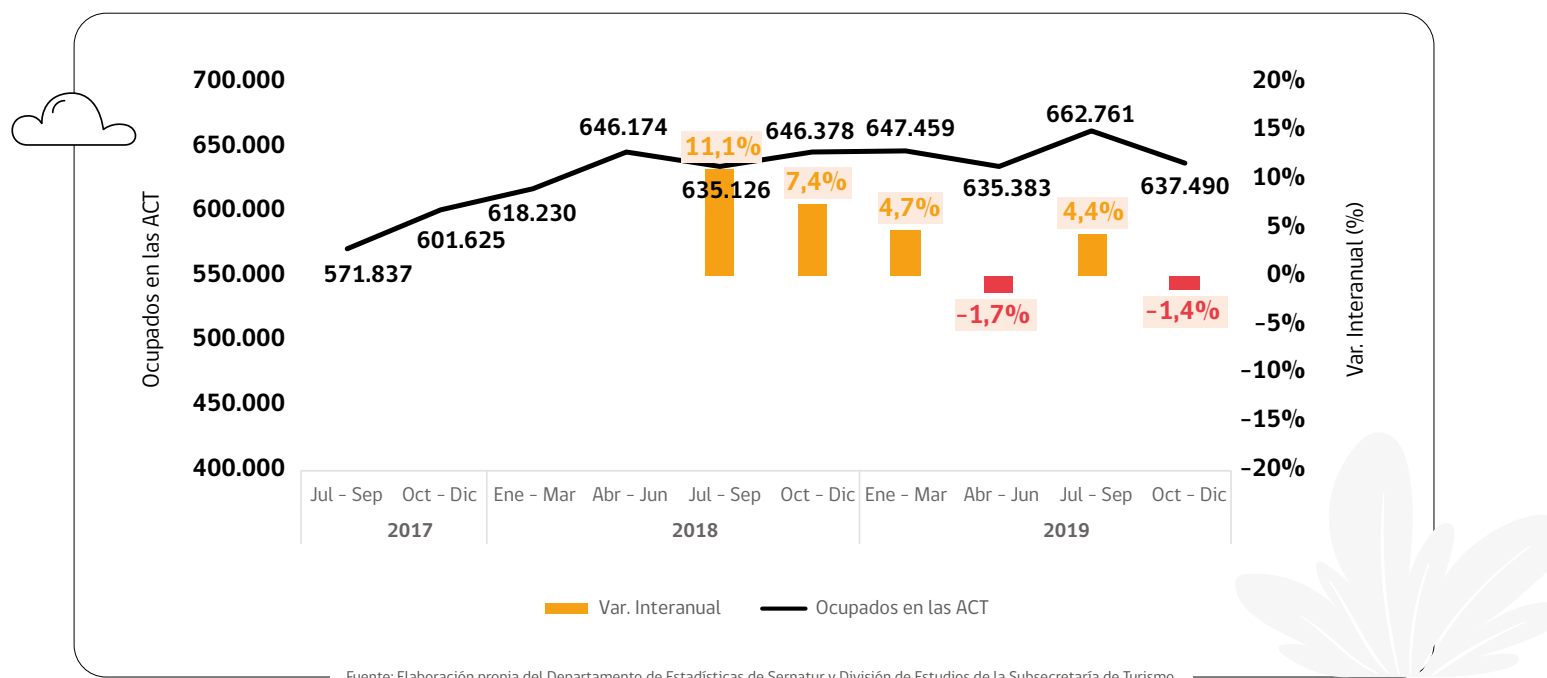
**GRÁFICO 6:**  
**NÚMERO DE VIAJES TURÍSTICOS CON PERNOCTACIÓN, FRECUENTES Y NO FRECUENTES Y VARIACIÓN INTERANUAL, SERIE ANUAL**



Fuente: Elaboración propia del Departamento de Estadísticas de Sernatur y División de Estudios de la Subsecretaría de turismo.  
\*Datos hasta noviembre 2021.  
Nota: Cifras provisionarias o en revisión.

Finalmente, en relación con el empleo en las ACT, durante el mismo año, el turismo representó el 7,2%<sup>12</sup> del total de los ocupados en la economía nacional, lo que se traduce en 645.773 empleos en promedio durante el mismo año.

**GRÁFICO 7:**  
**OCUPADOS EN LAS ACT, NIVELES Y VARIACIONES INTERANUALES, 2017-2019**



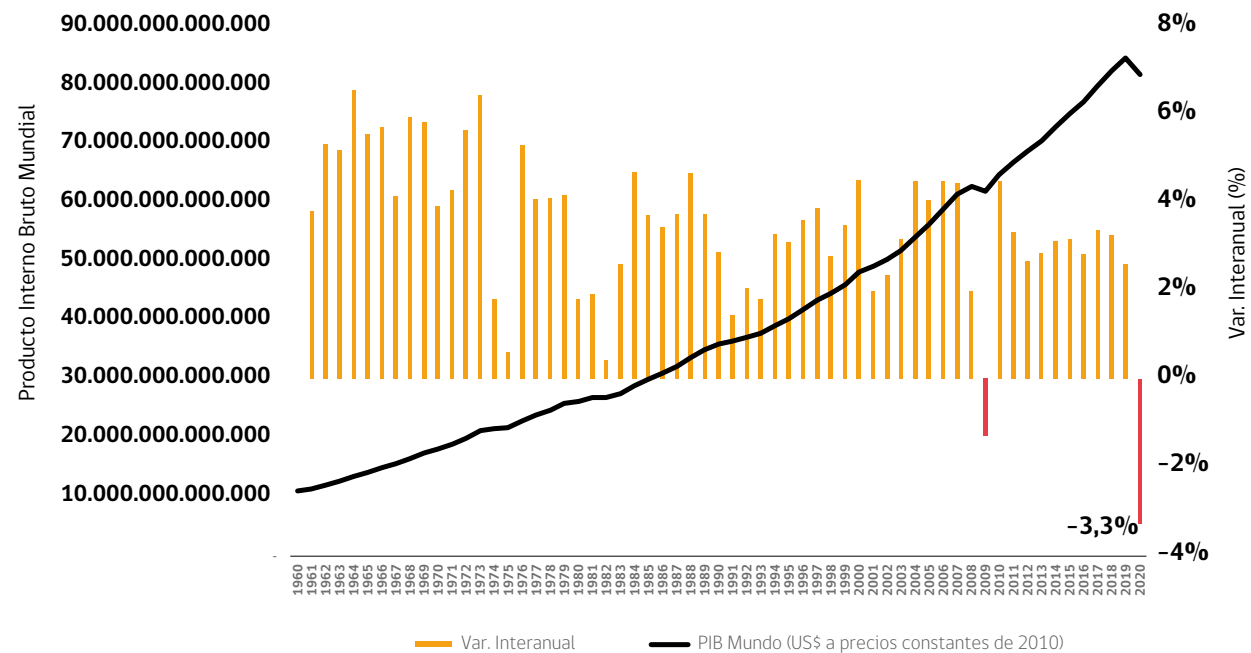
<sup>12</sup> INE, Datos de Empleo en las ACT. Disponible en: <https://www.ine.cl/estadisticas/sociales/mercado-laboral/empleo-en-las-actividades-caracteristicas-del-turismo>

# IMPACTO DEL COVID-19 EN LA ECONOMÍA Y EL TURISMO

**A** inicios de 2020 comenzó la pandemia por COVID-19, impactando fuertemente al mundo. Transcurrido casi dos años desde su inicio, las circunstancias globales siguen siendo muy inciertas. Habiendo cerrado 2020 con la mayor caída del PIB a nivel global en más de 60 años, con un des-

censo de 3,3% según el Banco Mundial y 3,1% según el Fondo Monetario Internacional (FMI), las perspectivas permanecen dispares entre países y sectores, debido a la diversidad de problemas inducidos por la pandemia y a las respuestas gubernamentales realizadas por cada país.

**GRÁFICO 8:**  
**PRODUCTO INTERNO BRUTO MUNDIAL (US\$ A PRECIOS CONSTANTES DE 2010)**  
**Y VARIACIÓN INTERANUAL**

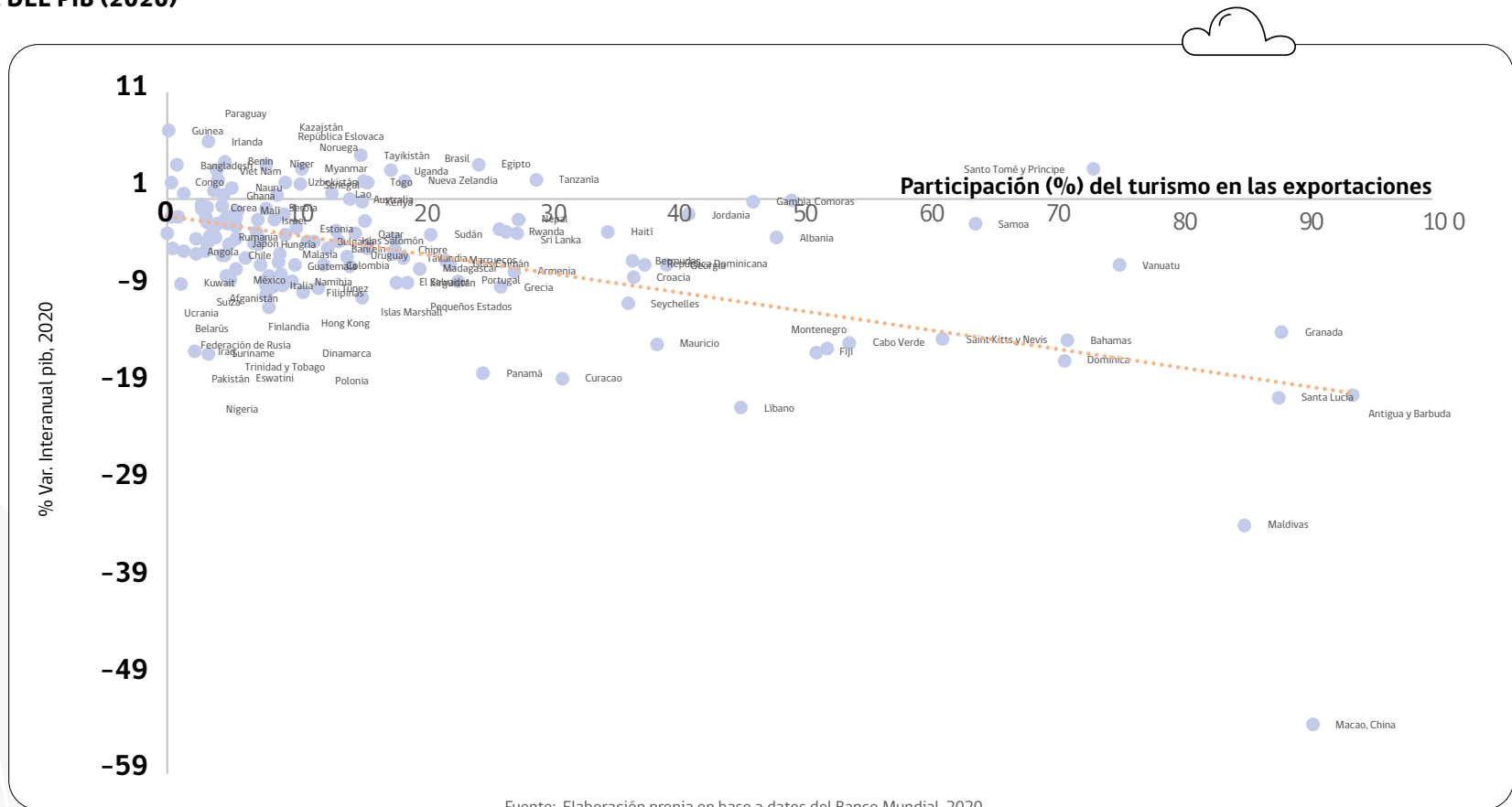


Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

Según datos del FMI, la economía Latinoamericana y del Caribe presentó la mayor caída en términos interanuales durante 2020 (-7,0%), destacando negativamente la mayor parte de los países del Caribe debido a la alta dependencia que tienen sus economías del turismo. Siendo este el sector más afectado por la crisis sanitaria resulta esperable un impacto prominente.

Este hecho también se advierte masivamente a nivel global, donde los países con mayor proporción de ingresos de divisas por concepto de turismo son los que presentaron las caídas más significativas en términos de PIB, tal como se observa en el gráfico 9.

**GRÁFICO 9:**  
**RELACIÓN ENTRE PARTICIPACIÓN DEL TURISMO DE LAS EXPORTACIONES (2018) Y VARIACIÓN INTERANUAL DEL PIB (2020)**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial, 2020

<sup>13</sup> OMT, 2021. The Economic Contribution of Tourism and the impact of Covid-19. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284423200>



La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha clasificado el 2020 como el peor año en la historia para el turismo. La propagación del COVID-19 ha ocasionado diversas restricciones al movimiento internacional, tanto en la entrada como en la salida de vuelos, el cierre de fronteras marítimas y terrestres, además del llamado de los distintos gobiernos a reducir los viajes internos y permanecer en casa como medidas para evitar la transmisión de la enfermedad. La adopción de estas acciones indudablemente afectó a la actividad turística mundial, resultando ser uno de los sectores económicos más impactados producto de esta crisis sanitaria.

Según la OMT (2021)<sup>13</sup> durante 2019 la contribución del turismo a la economía mundial ascendió a USD 3,5 billones, lo que equivale al 4% del PIB mundial medido a través del PIB turístico directo. En 2020 la pandemia de COVID-19 disminuyó el PIB turístico mundial en más de la mitad, reduciéndolo en USD 2,0 billones, llegando a representar solo el 1,8% del PIB mundial.

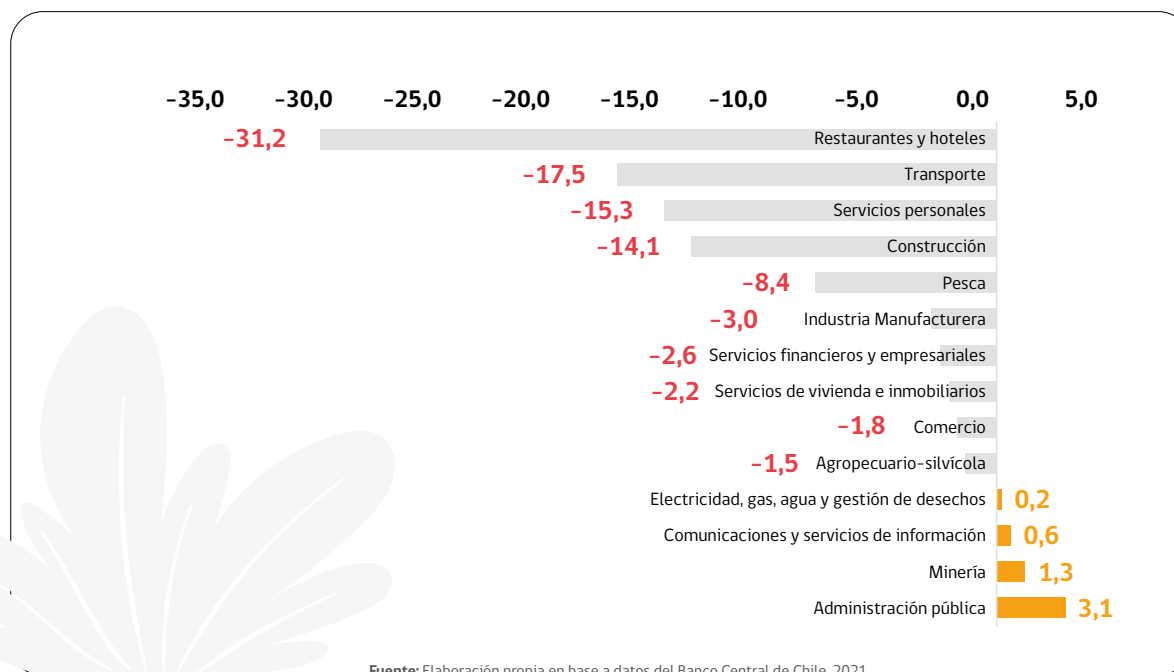
Por otra parte, las llegadas de turistas internacionales cayeron un 72,6% en 2020, debido a un bloqueo global, restricciones de viaje generalizadas y una baja masiva de la demanda. Ese año se registraron alrededor de mil millones de llegadas internacionales menos en comparación con 2019.

El colapso de los viajes internacionales provocó una pérdida de USD 1,1 billones en ingresos de divisas por concepto de turismo, una disminución del 63% en términos reales en comparación con el año anterior. La caída representa el 42% de desplome total del comercio internacional registrada en 2020. Esto es más de 11 veces la pérdida registrada durante la crisis económica y financiera mundial de 2009.

En Chile, la situación económica y turística no fue distinta, registrándose una caída del PIB, durante 2020, de 5,8% según datos del Banco Central de Chile, el descenso más alto desde 1982, principal-

mente incidido por las actividades que requieren de interacción social y movilidad, donde el turismo destaca al ser una actividad esencialmente desarrollada en ese contexto. Es así como, la rama de actividad "Hoteles y restaurantes", analizada como *proxy* del turismo, fue la de mayor caída en el año (31,2%). Recién al tercer trimestre de 2021 esta rama ha alcanzado los niveles que tenía previo a la crisis sanitaria, siendo uno de los sectores de más lenta recuperación debido a las restricciones y, sin duda, la profundidad de su caída.

**GRÁFICO 10:**  
**VARIACIÓN INTERANUAL RAMAS DE ACTIVIDAD DEL PIB EN CHILE DURANTE 2020 (REFERENCIA 2013)**



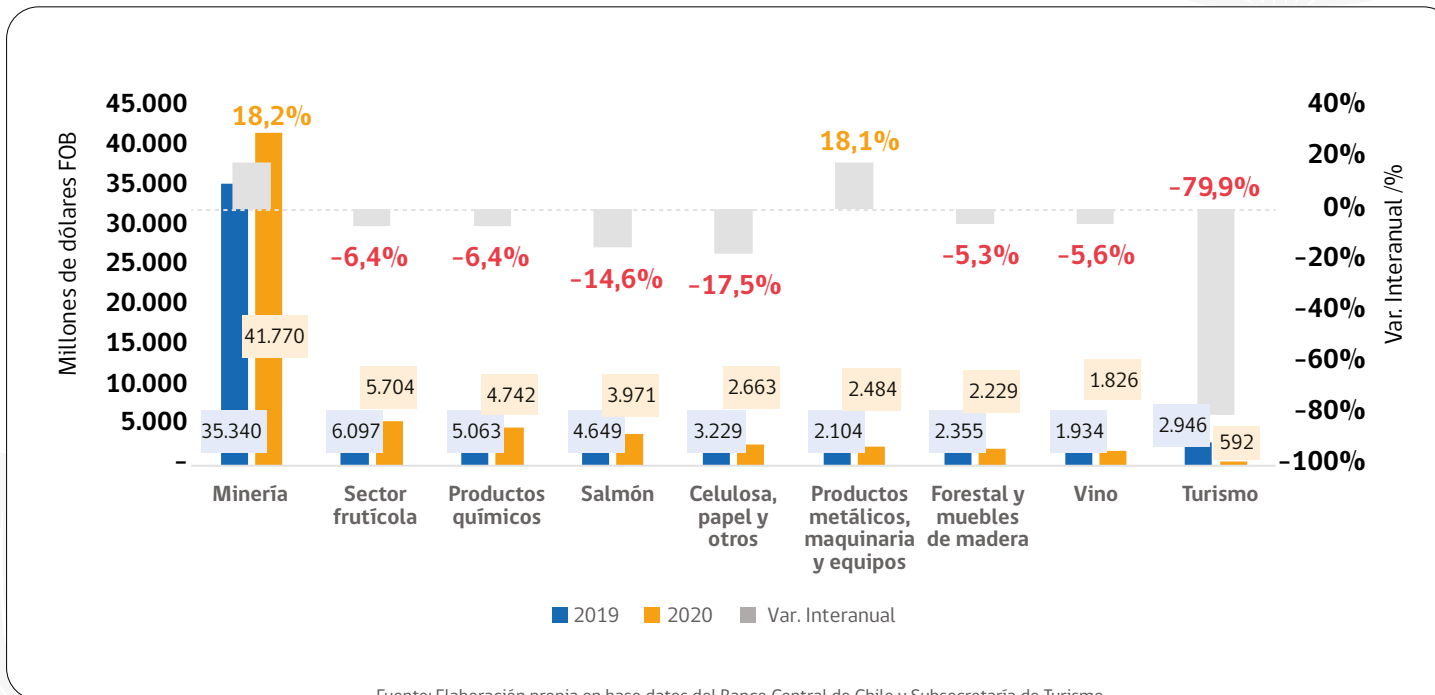
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Chile, 2021

En términos de llegadas de turistas internacionales, durante 2020 hubo una disminución de 75,1% en relación con el año anterior, debido al cierre de fronteras y las restricciones de viajes<sup>14</sup>.

Respecto de los ingresos por divisas, el turismo receptivo fue el sector de mayor caída con relación a todos los bienes y servicios de la economía nacio-

nal (79,9%). De esta forma, el turismo receptivo pasó de representar un 31,8% de las exportaciones de servicios en el país durante 2019 a solo el 9,4% de las mismas en 2020, perdiendo 22 puntos porcentuales de participación. El panorama se ha deteriorado aún más durante 2021, con una participación al primer trimestre de solo 2,3% de éstas.

**GRÁFICO 11:**  
**EXPORTACIONES DE BIENES SELECCIONADOS Y TURISMO, 2019-2020**

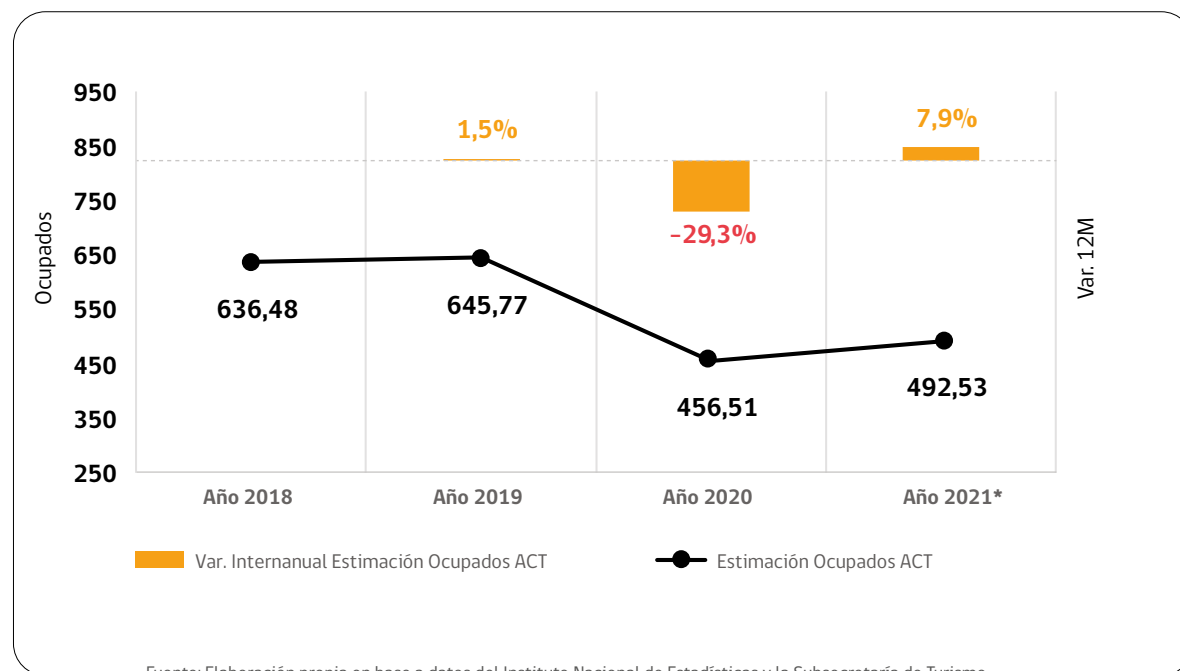


<sup>14</sup>Subsecretaría de Turismo, 2021. Anuario de Turismo 2020. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2021/11/ANUARIO-DE-TURISMO-A%C3%910-2020.pdf>

El turismo interno, a diferencia del receptivo, no ha presentado caídas tan bruscas en número de viajes ni en gasto, comparativamente, a pesar de las restricciones al movimiento establecidas según el plan Paso a Paso<sup>15</sup>. En este contexto, el número de viajes con pernoctación se contrajo en 54,1% en términos interanuales durante 2020 (en comparación con la caída de 75,1% en las llegadas internacionales).

En relación con el empleo en las ACT, durante 2020 el número de ocupados ascendió a 456.513, observándose una caída de 29,3% respecto al año anterior. Es decir, producto de la crisis sanitaria se perdieron 189.260 puestos de trabajo en el sector, lo que representa un 17,2% del total de los ocupados que dejaron de estar presentes en la economía nacional durante ese año (1.103.169). Según las últimas cifras publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas, el nivel de ocupados en las ACT al trimestre septiembre- octubre- noviembre de 2021 se encuentra aún un 17,4% por debajo de los niveles observados durante el mismo trimestre de 2019.

**GRÁFICO 12:**  
**ESTIMACIÓN DE OCUPADOS ACT EN MILES, TOTAL NACIONAL, 2018- 2021<sup>16</sup>**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y la Subsecretaría de Turismo.

<sup>15</sup> El Plan "Paso a Paso nos cuidamos" fue desarrollado por el Gobierno de Chile en julio de 2020 como una estrategia gradual para enfrentar la pandemia según la situación sanitaria de cada zona del país. Más información en: <https://www.gob.cl/coronavirus/pasoapaso/>

<sup>16</sup> Promedio de Año 2021 contiene solo los trimestres Ene-Mar, Abr-Jun y Jul-Sep

# DESPLIEGUE DE MEDIDAS DE MITIGACIÓN DEL COVID-19 EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO

En el caso de Chile se han implementado una serie de medidas enfocadas, principalmente, en establecer ayudas financieras y fiscales para el sector turismo y en generar protocolos sanitarios que permitan prevenir la transmisión de COVID-19 en toda la cadena productiva asociada a la industria del turismo.

Además, se destaca la implementación de iniciativas centradas en potenciar el emprendimiento, y la competitividad y productividad de la industria turística nacional, como la **Red de Innovación y Transformación Digital Abierta**<sup>17</sup>, enfocada en promover la transformación digital del turismo en todo el territorio nacional, así como los lineamientos estratégicos definidos en el **Plan de Acción 2020 - 2025 para la atracción de inversiones turísticas**<sup>18</sup>, que busca incentivar las inversiones turísticas que fomenten el desarrollo de proyectos sustentables, junto con potenciar, impulsar y diversificar la oferta turística en los destinos y dinamizar las economías locales.

Paralelamente se creó la herramienta digital **"Data Turismo" Chile**<sup>19</sup>, que permite la visualización interactiva de las estadísticas oficiales del turismo nacional; asimismo, se han implementado medidas a nivel municipal para apoyar a los actores locales del turismo, así como acciones para promover el rediseño de productos y experiencias turísticas según la nueva forma de viajar, junto con campañas publicitarias que buscan restablecer las confianzas de los turistas.

Respecto al fomento de la reactivación económica del sector resalta la creación de instrumentos económicos de financiamiento como el Programa de Apoyo a la Reactivación (PAR) Impulsa Turismo, créditos del Banco Estado, Fogape 2.0. Reactívatte ajustes a la Ley de Protección al Empleo y programas como el Fortalecimiento Gremial, Capital Abeja, Capital Semilla y Crece Regular.

<sup>17</sup> TD Turismo. Red de Innovación y Transformación Digital Abierta. Disponible en: <https://www.tdturismo.cl/wp-content/uploads/2020/04/lineamientos-transformacion-digital-completo.pdf#page=21>

<sup>18</sup> Invierte Turismo. Plan de Acción 2020 - 2025: Para la atracción de inversiones turísticas. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2017/10/Plan-de-Accio%CC%81n-2020-2025-Inversiones-Turi%CC%81sticas-abril-2021.pdf>

<sup>19</sup> Sernatur. Data Turismo Chile. Disponible en: <https://www.Sernatur.cl/dataturismo/>

Las principales acciones implementadas por el país en la materia se detallan en la siguiente tabla:

**TABLA:**  
**ACCIONES, AJUSTES Y/O ACTUALIZACIONES DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS SECTORIALES, EN EL CONTEXTO PANDEMIA EN CHILE**

PAÍS	MEDIDAS / ACTUALIZACIONES
Chile	Protocolos Sanitarios y guías de buenas prácticas
	Programa Invierte Turismo
	"Data Turismo" Chile
	Par Impulsa Turismo 2021
	Guía de buenas prácticas de manejo y prevención ante COVID-19 en agencias de viajes y tour operadores
	Guía para Municipios: Reactivación del Turismo Local
	Certificado de Compromiso a los Protocolos y/o Guías de Buenas Prácticas para el Manejo y Prevención
	Activa Turismo
	Plan de Acción 2020 - 2025: Para la atracción de inversiones turísticas
	Planea tu viaje
	Índice de reactivación comunal
	Reactívatte Turismo
	Créditos Blandos
	Fogape 2.0
	Ley de Protección del Empleo
Postergación de Patentes Comerciales	
Permiso de Vacaciones	

Fuente: Elaboración propia

# CONTRIBUCIÓN DE LA ENT 2030 A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

**E**n septiembre del 2015, 193 países miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) adoptaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, documento que define 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)<sup>20</sup>.

Chile, como parte de los Estados miembros de Naciones Unidas, debe apoyar la implementación de acciones que contribuyan al cumplimiento de estos objetivos. Si bien el turismo está incluido directamente como meta en los Objetivos 8, 12 y 14, referidos al crecimiento económico sostenible, pro-

ducción y consumo sostenibles, y usos sostenibles de los océanos y de los recursos marinos, respectivamente, contribuye, además, directa e indirectamente, al cumplimiento de otras metas dada su gran influencia en el crecimiento económico y potencial para el desarrollo a nivel mundial<sup>21</sup>.

De esta forma, la ENT 2030 constituye una importante herramienta para avanzar hacia el cumplimiento de los ODS y seguir el plan de acción de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, focalizando los esfuerzos en la gestión del turismo para

aprovechar el máximo impacto positivo del sector, con un marco de aplicación claro, financiación adecuada, inversión tecnológica, infraestructura y recurso humano.

En el Anexo 3 es posible revisar, en detalle, el impacto de la ENT 2030 en cada uno de los ODS.



<sup>20</sup> Organización de Naciones Unidas. (s.f). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

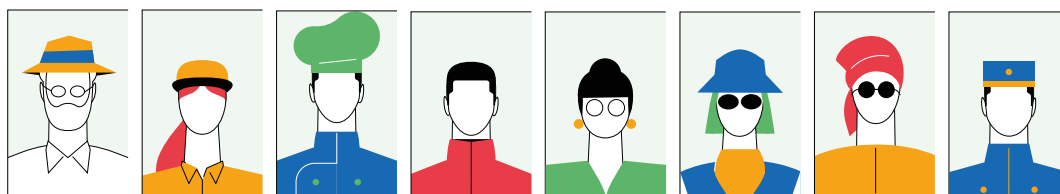
<sup>21</sup> Organización Mundial del Turismo. (2018). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419937>



# **CAPÍTULO 3.**

## **ACTORES RELEVANTES DEL TURISMO EN CHILE**





## ACTORES RELEVANTES DEL TURISMO EN CHILE<sup>\*</sup>

Para consolidar el turismo como motor de nuestro desarrollo económico y social, es fundamental el compromiso, la motivación y la articulación de los actores que tienen un impacto en la industria. A continuación, se presentan los principales involucrados del turismo en Chile, agrupados en categorías de acuerdo a sus funciones e intereses.

### 01 ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO

Se refiere primeramente a los organismos que componen el Poder Ejecutivo del Estado y los distintos servicios públicos centralizados y descentralizados, tanto administrativa como territorialmente. Dentro de sus funciones destacan el apoyo para el desarrollo de la política y la Estrategia Nacional de Turismo, la planificación y administración de recursos estratégicos naturales, económicos, patrimoniales, humanos y de infraestructura, entre otros. En el caso particular de los gobiernos locales se reconoce la función de gestionar los vínculos con los actores de cada territorio.

### 02 ASOCIACIONES Y GREMIOS

Se refiere a las asociaciones, profesionales o de oficio, formadas por personas naturales o jurídicas que tienen similar ocupación y/o que se desempeñan de manera independiente o coordinada en un mismo sector económico o industrial. Dentro de sus funciones se encuentra la representación de las diferentes empresas (grandes, medianas, pequeñas) y agrupaciones relacionadas a la entrega de productos y servicios turísticos, velando porque exista y se mantenga un entorno favorable para el desarrollo de la industria del turismo en Chile, así como también trabajar junto al Estado en la elaboración de políticas públicas, leyes y acciones tendientes a potenciar y desarrollar el turismo en el país.

### 03 PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Se trata de las organizaciones y personas que desarrollan la oferta turística mediante la producción y comercialización de bienes o prestación de servicios de carácter turístico. Dentro de sus funciones se encuentra el diseño de la oferta turística, la ejecución y operatividad de los servicios del turismo sustentable y la vinculación de la oferta nacional con la demanda internacional mediante la producción de oferta. Este sector juega un rol fundamental en el aporte a la innovación, el desarrollo de los servicios y la gestión del empleo en el marco del turismo.

### 04 ACADEMIA

Entidades dedicadas a la educación, gestión de la información y desarrollo científico de aspectos relevantes en materia de turismo y sustentabilidad. Estas entidades inciden en la formación de actores relevantes en la composición y diseño de la oferta, así como también en el levantamiento de información de valor científico para la toma de decisiones estratégicas.

<sup>\*</sup> Mayor información disponible en el Anexo 2.

## 05 ORGANISMOS INTERNACIONALES

Organizaciones cuya regulación y operaciones se centran principalmente fuera del territorio nacional, sin distinción de la naturaleza institucional, pudiendo tratarse de personas jurídicas de derecho internacional, derecho público, transnacionales o de cualquier otra índole. Dentro de sus funciones destaca la de integrar el turismo en el desarrollo de políticas y ofrecer asistencia técnica al desarrollo de proyectos y programas de turismo sustentable.

## 07 ONG

Son las entidades que apoyan la maximización de la rentabilidad social propia de la actividad turística, ocupándose de promover buenas prácticas y levantar alertas sobre externalidades negativas. Sus principales objetivos son posicionar temáticas dentro de la agenda y el debate nacional en torno al turismo, desarrollar y proponer criterios y sustento para la adopción de lineamientos estratégicos y la producción y recopilación de información relevante para la toma de decisiones.

## 09 FUNDACIONES PRIVADAS

Son aquellas sociedades u organizaciones cuyos miembros se dedican a obras sociales, ambientales, culturales o humanitarias sin finalidad lucrativa, así como también un conjunto de bienes, un patrimonio destinado por uno o más individuos al cumplimiento de determinado fin. Sus funciones son la de salvaguardar la biodiversidad natural y el patrimonio cultural de un determinado territorio, involucrar a otros actores públicos y privados en la conservación y activismo medioambiental, alertar a la sociedad de malas prácticas ejercidas por diferentes actores, públicos o privados, en determinados territorios y establecer nuevos parámetros para la discusión de leyes y políticas públicas.

## 06 VISITANTE

Son los individuos que viajan a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados<sup>9</sup>.

## 08 COMUNIDADES LOCALES

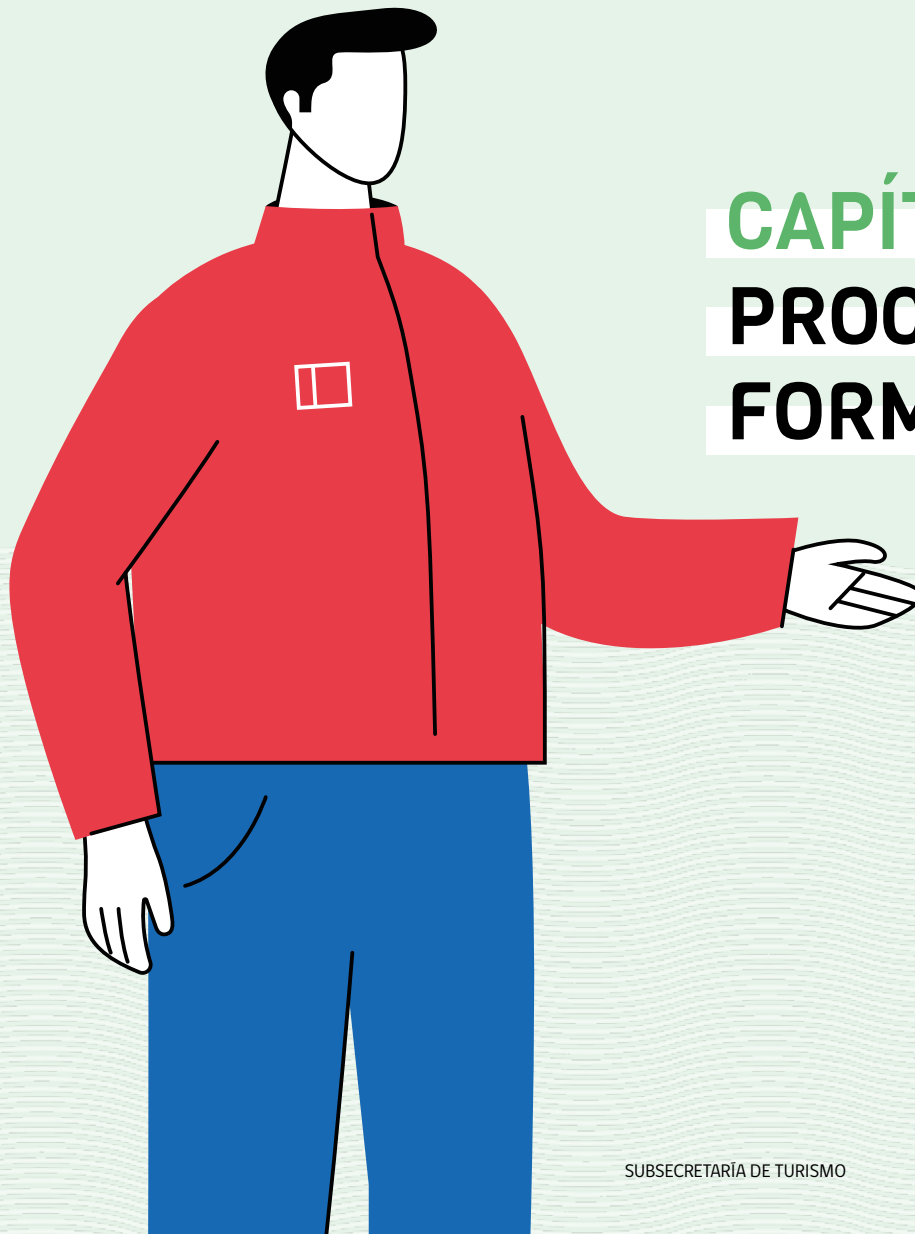
Se refiere a los grupos organizados funcionalmente en base a criterios territoriales, políticos y administrativos, que se identifican con la promoción de intereses compartidos. Estas comunidades son las que levantan intereses comunes relacionados a la gestión del turismo sustentable, informan sobre elementos relevantes relativos a la integridad patrimonial y cultural de los territorios, participan activamente en la promoción de instancias de interés para el turismo a nivel local, participan eventual y ocasionalmente del intercambio del sector turístico en calidad de prestadores o consumidores e influyen sobre la agenda política de los gobiernos locales a través de sus representantes.

## 10 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Son los canales de comunicación que involucran la transmisión de información de una manera, forma o estilo, a un gran número de personas. Son quienes comunican y difunden hechos concretos que reflejan el turismo nacional, proponen temáticas y nuevas visiones respecto del turismo en Chile y el mundo, muestran la relevancia de la industria en la economía del país e identifican y dan visibilidad a los diferentes actores relacionados al sector, desde los grandes a los pequeños.

<sup>9</sup> Organización Mundial de Turismo. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>







## CAPÍTULO 4. PROCESO DE FORMULACIÓN

# PROCESO DE FORMULACIÓN

La elaboración de la Estrategia Nacional de Turismo 2030 se realizó en dos etapas, según se presenta a continuación:

	ETAPA 1	ETAPA 2
 <b>Objetivo</b>	<b>Análisis Integral de la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 y definición de la ENT 2030</b>	Elaborar y definir el documento final actualizado de la Estrategia Nacional de Turismo 2030, estableciendo como mínimo pilares estratégicos, objetivos, brechas y acciones a desplegar, con participación regional, considerando el impacto de la pandemia en la industria turística de Chile y a nivel mundial
 <b>Período de elaboración</b>	<b>Agosto/2019 a marzo/2020</b>	Noviembre a diciembre 2021



A continuación, se presenta en detalle el proceso metodológico de cada una de las etapas:

## PROCESO METODOLÓGICO ETAPA 1

FASE	ACCIONES DESARROLLADAS
FASE 1	<p>Se analizaron los resultados de la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, desarrollándose las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Revisión de la documentación relevante.</li> <li>Realización de entrevistas internas y externas.</li> <li>Encuesta on-line a prestadores de servicios turísticos.</li> <li>Recopilación y análisis de cada una de las líneas de trabajo de la estrategia 2012-2020.</li> <li>Análisis comparativo con otras estrategias de turismo internacionales.</li> <li>Levantamiento de actores relevantes del turismo en Chile<sup>22</sup>.</li> </ol>
FASE 2	<p>Se acordaron las definiciones estratégicas<sup>23</sup> para la elaboración de la Estrategia Nacional de Turismo 2020-2030 según las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Se realizó una jornada de reflexión que incluyó la participación de representantes de organismos públicos, de gremios de la industria y empresarios del sector, con el objetivo de definir los diferentes componentes de la estrategia, validar pilares, identificar indicadores y formular las iniciativas requeridas para velar por un adecuado foco y priorización.</li> <li>Se sistematizaron los resultados de la jornada de reflexión y se elaboró una propuesta de Estrategia Nacional de Turismo 2020-2030, velando por focalizar los esfuerzos para el desarrollo del sector, así como facilitar su adecuada ejecución a través de la jerarquización de sus definiciones estratégicas.</li> </ol>
FASE 3	<p>Se trabajó la carta de navegación para la implementación de la Estrategia Nacional de Turismo 2020-2030, realizándose:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Cuatro talleres para el desarrollo detallado de las iniciativas estratégicas definidas en la fase uno para cada pilar de la estrategia, basados en la metodología PM Canvas<sup>24</sup>.</li> <li>La sistematización de los resultados de los talleres, concluyendo con la identificación del valor de cada una de las iniciativas para sus respectivos pilares estratégicos, una descripción general de la iniciativa y la respectiva carta de navegación.</li> <li>Basado en la sistematización de los resultados de cada taller se elaboró el cronograma integrado de iniciativas estratégicas para la implementación de la Estrategia Nacional de Turismo 2020-2030.</li> <li>La propuesta metodológica para el seguimiento de las iniciativas estratégicas.</li> </ol>

Fuente: Elaboración propia en base a documento Estrategia Nacional de Turismo 2020 - 2030 elaborado por Penum

<sup>22</sup>El modelo de stakeholder mapping está basado en la metodología Stakeholder 360 de Robert Boutiller, del Center for Sustainable Community Development de la Simon Frasier University que asume que el universo de actores de cualquier territorio es un cuerpo vivo de relaciones que está en constante cambio, por lo que requiere procesos regulares de actualización.

<sup>23</sup> Utilizando la metodología Kovacevic B., Antonio, Reynoso, Alvaro. El Diamante De La Excelencia Organizacional: Una Propuesta Para Mejorar la Implementación de la Estrategia. (2015, 2º edición). México, D.F: CENGAGE LEARNING.

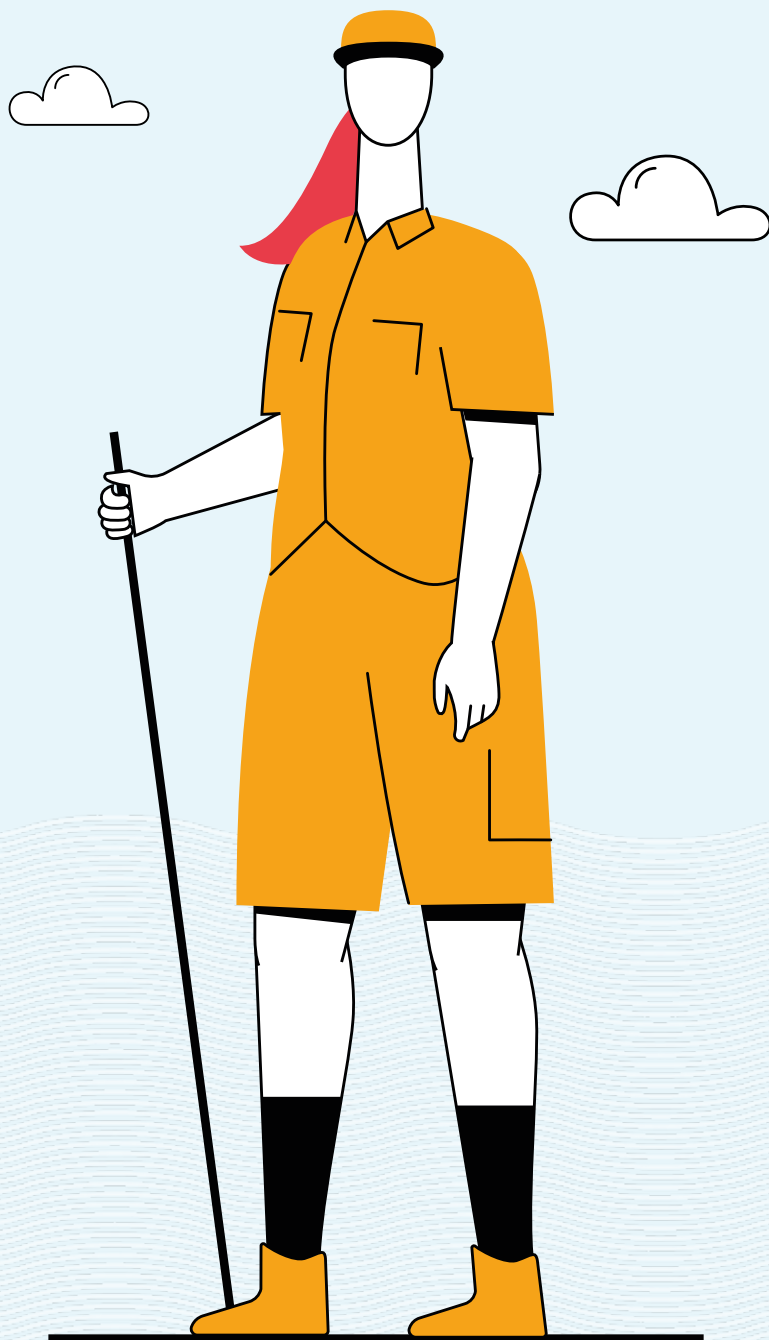
<sup>24</sup> Project Model Canvas (PM Canvas) es una metodología utilizada por el Project Management Institute (PMI), la cual permite documentar, en un proceso co-creativo, las principales definiciones de un proyecto o iniciativa en una organización. Las definiciones incluidas en el lienzo de trabajo utilizado por PM Canvas definen el por qué, qué, quién, cómo, cuándo y cuánto de un proyecto o línea de acción

A continuación, se presenta en detalle el proceso metodológico de cada una de las etapas:

## PROCESO METODOLÓGICO ETAPA 2

FASE	ACCIONES DESARROLLADAS
FASE 1	<p>Se realizó un trabajo de análisis de información abordando las siguientes acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Evaluación, sistematización y organización de los componentes y ámbitos clave definidos en la propuesta de Estrategia Nacional de Turismo 2020 - 2030 construida en etapa 1, de modo de ajustar sus contenidos tomando en cuenta los efectos de la crisis sanitaria en el sector y de otros temas contingentes de interés.</li> <li>Revisión del contexto internacional respecto de las acciones tomadas por el sector turismo en términos de ajustes, actualizaciones e innovación en sus políticas y estrategias sectoriales en el contexto de pandemia. Para ello se focalizó el trabajo en los cinco países, analizados en la Etapa 1: Colombia, Australia, México, Perú y España.</li> <li>Levantamiento y revisión de las acciones, iniciativas y programas impulsados por los principales actores públicos y privados del sector turismo en Chile con especial atención en aquellas desarrolladas por la Subsecretaría de Turismo y Sernatur.</li> </ol> <p>Esta primera fase fue acompañada por reuniones de co-construcción con el Comité Ejecutivo para la Actualización de la ENT 2030, compuesto por actores estratégicos de la Subsecretaría de Turismo y Sernatur.</p>
FASE 2	<p>Se focalizó en el levantamiento de información primaria, a través del despliegue de procesos participativos que permitió un trabajo con diversos actores del sector turismo a nivel nacional, regional y local, favoreciendo que la ENT 2030 se ajuste a los requerimientos e intereses de los diversos actores involucrados. Para esto se realizaron instancias participativas que tuvieron como foco trabajar sobre la definición de los temas estratégicos para concretar los lineamientos para cada pilar estratégico de la ENT 2030: i) Experiencia del Turista, ii) Sustentabilidad Económica, Social y Ambiental; iii) Desarrollo Regional; y iv) Innovación y Transformación Digital.</p> <p>Las acciones realizadas fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Taller regional:</b> directores/as regionales convocaron a actores estratégicos regionales para desarrollar un trabajo por macrozonas y regiones en particular. Se tuvo un total de 216 participantes en todo Chile.</li> <li><b>Encuesta a prestadores de servicios turísticos registrados en Sernatur:</b> encuesta de autoaplicación con una participación de 1.046 prestadores representantes de todas las regiones del país y tipos de servicios turísticos.</li> <li><b>Taller con gremios y asociaciones nacionales:</b> proceso convocado por Sernatur que contó con la participación de 11 representantes del sector.</li> </ol> <p>Consolidada y sistematizada la información de los talleres y la encuesta se realizó un proceso de co-construcción con el comité ejecutivo, donde se definieron y precisaron componentes clave de la ENT como lineamientos estratégicos, indicadores estratégicos y metas.</p>
FASE 3	<p>Elaboración de la Estrategia Nacional de Turismo tomando como base la propuesta de ENT 2020 - 2030 (Etapa 1), ajustando sus contenidos según los resultados de la Etapa 2.</p>

Para mayor detalle revisar informe de gestión asociado al trabajo, el cual puede ser encontrado en [xxx](#).



## CAPÍTULO 5. COMPONENTES ESTRATÉGICOS<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Dado que el proceso de elaboración de la estrategia comprende dos etapas, y que estas fueron realizadas por dos consultoras distintas, se considera la fusión de ambos procesos, por tanto, en tablas y gráficos, al indicar “Elaboración propia”, se asume que el material fue elaborado por cualquiera de las dos consultoras a cargo del proceso.

# COMPONENTES ESTRATÉGICOS

En este capítulo se presentan y describen los componentes principales de la Estrategia Nacional de Turismo (ENT) 2030, la que corresponde a un instrumento que indica los lineamientos para los actores de la industria.

En la primera parte se enuncia la misión y la visión del sector turismo<sup>26</sup> y se presenta los 4 pilares estratégicos definidos, junto con su respectivo objetivo y lineamientos estratégicos. Cada uno de estas directrices serán la guía para la priorización del trabajo futuro (iniciativas, programas, proyectos, otros), por lo tanto, se acompaña de metas e indicadores. Finalmente, para cada lineamiento estratégico se muestra, a modo de referencia, ejemplos de iniciativas (actuales o futuras) que aportarían al cumplimiento de las metas definidas.

En el siguiente diagrama se presenta la estructura de lo que se exhibe en el capítulo:

**FIGURA 2:**  
**ESTRUCTURA COMPONENTES ESTRATÉGICOS DE LA ENT 2030**



Fuente: Elaboración propia.

<sup>26</sup> La definición de la visión y misión se basa en los planteamientos de CEPAL, específicamente en el documento: ARMIJO, M (2011) Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. CEPAL. Serie Manuales N°69.

# MISIÓN Y VISIÓN

## MISIÓN

**“Generar experiencias turísticas memorables, consolidando al turismo como motor de desarrollo sostenible en todo el territorio de Chile”.**

## VISIÓN

**“Al 2030 queremos que el turismo sea un pilar para el desarrollo sustentable en Chile. Una importante fuente para el crecimiento equitativo, resiliente e inclusivo en todas las regiones del país, que vele por el bienestar de las personas que nos visitan y las comunidades locales que los reciben, a través de una gestión responsable de destinos, experiencias y productos turísticos seguros, innovadores, de calidad, respetuosos con el medio ambiente y con el patrimonio y la identidad cultural de los territorios”.**

## METAS ESTRATÉGICAS

INDICADORES	METAS
<b>Aporte del turismo al PIB anual</b>	<b>10% de aumento promedio anual de PIB nominal sectorial</b>
<b>Aporte del turismo al empleo</b>	<b>7% de crecimiento promedio anual del empleo</b>

# PILARES, ESTRATÉGICOS

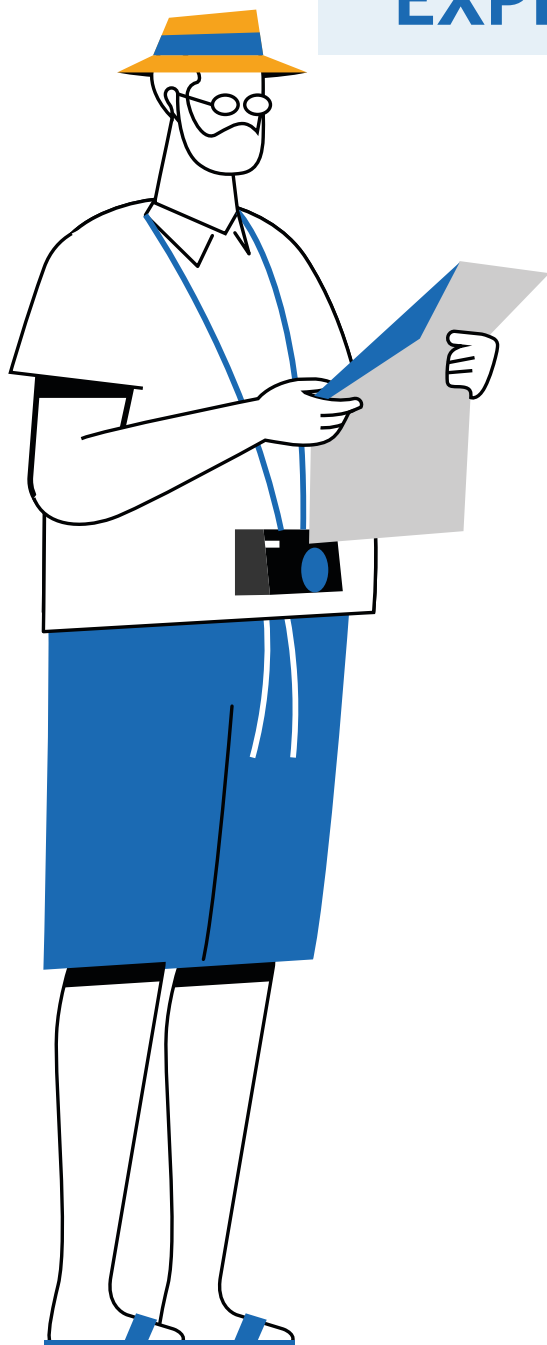
La ENT 2030 está estructurada en torno a cuatro pilares estratégicos, que se encuentran articulados entre sí, permitiendo el alineamiento y focalización de los actores relevantes de la industria del turismo en Chile e instrumentalizando los desafíos planteados en la misión y visión. Como se observa en la Figura 2, al centro se encuentra el pilar **Experiencia del Turista**, el cual se encuentra complementado por los otros 3 pilares estratégicos.

**FIGURA 3:**  
**PILARES ESTRATÉGICOS DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO 2030**





# EXPERIENCIA del TURISTA



## OBJETIVO ESTRATÉGICO

**Promover una experiencia del turista, nacional y extranjero, que sea segura, memorable y satisfactoria, fortaleciendo la posición de Chile como un destino de excelencia turística. Una experiencia que se haga cargo, a través de la formación de capital humano y la entrega de información y contenido oportuna, accesible y de calidad, de todas las interacciones que el turista enfrenta.**

La tendencia en el consumo turístico ha cambiado. La nueva realidad del turismo demanda experiencias únicas que marquen diferencias con relación al consumo de productos turísticos tradicionales, exigiendo una oferta más diversificada y enriquecedora, capaz de conectar con el conjunto de sensaciones y emociones interpretadas por el turista y con cada una de las interacciones que este enfrenta con los distintos prestadores de servicios, para que la experiencia sea memorable, satisfactoria y segura.

En Chile, previo a la pandemia, el 64% de los turistas extranjeros que ingresaron al país vía aeropuertos clasificó su experiencia como *buena* o *muy buena*, mientras que el 32% se mostró *indiferente*<sup>27</sup>. Esto demuestra que existe un espacio importante de mejora, donde el foco de acción debe apuntar a generar las condiciones que permitan brindar experiencias turísticas fluidas y sin

contratiempos, que garanticen la seguridad personal y sanitaria del turista y su entorno, incluido el prestador del servicio, donde el turista se sienta satisfecho y seguro, con la disposición de volver y recomendar a Chile como un destino turístico atractivo y de calidad.

Para ello resulta esencial avanzar en la generación de una cultura turística país, que posicione al turismo como una actividad prioritaria a nivel nacional, donde los y las profesionales de la industria cuenten con los conocimientos técnicos y cualificaciones necesarias para el desarrollo integral de la actividad, y donde los habitantes de los diferentes destinos sean conscientes de los beneficios sociales que genera la actividad y de su rol dentro de la cadena turística.

<sup>27</sup> Subsecretaría de Turismo y Sernatur. (2019). Cuadros Perfil del Turista Extranjero 2018. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/turismo-receptivo>.

# LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

## 1. PROMOCIÓN DE CHILE COMO UN DESTINO TURÍSTICO DE EXCELENCIA

Promocionar a Chile como un destino turístico de excelencia, con nuevas y mejoradas experiencias y destinos, disponibles todo el año y facilitando información actualizada, confiable y accesible.

INDICADORES	METAS
Posición en el indicador del Travel and Tourism Competitive Index – World Economic Forum.	Lugar 40
Gasto total individual por turista proveniente de los mercados priorizados.	USD1.300

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL:** definir e implementar un plan de acción que mejore la competitividad de Chile en el extranjero, posicionando al país como un imperdible a visitar después de la pandemia, porque somos un destino de naturaleza y de grandes espacios abiertos para el que busca un turismo poco masivo (Iniciativa en desarrollo).
- **PLAN DE MARKETING NACIONAL:** reactivar el turismo interno posicionando a Chile como un destino accesible, diverso y atractivo para todos los chilenos, aumentando la demanda interna, promoviendo la contribución de la actividad a la economía del país (Iniciativa en desarrollo).

## 2. GENERACIÓN DE CULTURA TURÍSTICA PAÍS

Fomentar acciones orientadas a posicionar al turismo como una actividad prioritaria a nivel país, donde los habitantes de los diferentes destinos sean conscientes de su rol en la cadena turística.

INDICADORES	METAS
Implementación de la Evaluación Nacional de Cultura Turística	Definición y resultados de encuesta con frecuencia anual al 2026

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **PLAN ESTRATÉGICO DE CAPITAL HUMANO EN TURISMO 2019-2022:** definir los lineamientos para abordar el desarrollo del capital humano para la industria turística y establecer los ámbitos de acción prioritarios y aportar a los distintos actores involucrados en la gestión e implementación de programas, proyectos e iniciativas vinculadas al mejoramiento del capital humano de la industria (Iniciativa en desarrollo).
- **VISIBILIZACIÓN DEL APOORTE DEL TURISMO A LA ECONOMÍA:** simplificar la entrega de contenidos de información estadística del turismo a las personas a través de acciones de capacitación, reforzamiento en prensa sobre los resultados del sector, herramientas de business intelligence para una visualización interactiva, entre otros (Iniciativa en desarrollo).
- **PROGRAMA DE EDUCACIÓN GENERAL:** implementar un programa de educación general sobre turismo en Chile y su importancia. (Debe incluir modificación de mallas escolares, relacionamiento con la academia, municipios, entes gremiales, entre otros), (Iniciativa no iniciada).
- **PLAN DE AJUSTE DE MALLAS CURRICULARES:** incorporar ajustes en las mallas curriculares en etapa pre-escolar por parte del Ministerio de Educación de Chile (Iniciativa no iniciada).
- **PLAN MAESTRO DE GESTIÓN DE COMPETENCIAS:** ejecutar un plan maestro de gestión de competencias para la formación de capital humano para el turismo en la entrega de herramientas para la gestión de oficios. (mucamas y encargados del aseo, camareros, garzones, encargados del bar, entre otros) (Iniciativa no iniciada).

- **MARCO DE CUALIFICACIONES:** herramienta que permite clasificar y estructurar las habilidades, competencias y conocimientos a través de niveles acordados por los diferentes actores involucrados en la formación técnico profesional del país (Terminada).
- **PLAN DE CONCIENCIA TURÍSTICA:** Lograr que los chilenos reconozcan su país como un territorio turístico y aprendan cuál es el rol que deben cumplir frente al cuidado del medio ambiente y la comunidad- ya sea como turistas, anfitriones o participantes de la industria (Iniciativa en desarrollo).

### 3. EXPERIENCIA SUSTENTABLE, SEGURA Y DE CALIDAD

Brindar experiencias turísticas de calidad, fluidas y sin contratiempos, que garanticen la seguridad personal y sanitaria del turista y su entorno, incluido el prestador del servicio. Contar con profesionales con conocimientos técnicos y cualificaciones acordes a los desafíos del sector, a través de la inversión en educación formal y en formación en el trabajo.

INDICADORES	METAS
Índice de satisfacción del turista extranjero.	> 80%
Índice de satisfacción del turista nacional.	> 80%

#### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **NACIONAL DE SEGURIDAD TURÍSTICA:** plan de acción para focalizar los esfuerzos anti-delincuencia, y mejorar la seguridad de los turistas; y desarrollar un sistema de apoyo al turista en caso de emergencias y desastres naturales (Iniciativa en desarrollo).
- **PLAN ESTRATÉGICO DE CAPITAL HUMANO EN TURISMO 2019-2022:** definir los lineamientos para abordar el desarrollo del capital humano para la industria turística y establecer los ámbitos de acción prioritarios y aportar a los distintos actores involucrados en la gestión e implementación de programas, proyectos e iniciativas vinculadas al mejoramiento del capital humano de la industria (Iniciativa en desarrollo).

- **PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA EXPERIENCIA DEL TURISTA:** propiciar las condiciones para tener un turista satisfecho, que además muestre una disposición a volver y a referenciar positivamente a Chile como destino turístico. El diagnóstico del Mapa del Viaje del Turista debiera relevar dónde se producen los puntos de fricción en que no se cumplen las expectativas del turista y cuáles de ellos son más críticos de enmendar para asegurar su satisfacción (Iniciativa no iniciada).
- **HOJA DE RUTA DE FORTALECIMIENTO DE GUÍAS TURISTICOS:** fortalecer a los guías de turismo como actores clave en la generación de experiencias turísticas memorables, a través de la formalización, formación, capacitación y visibilización de su trabajo (Iniciativa en desarrollo).
- **DESARROLLO DE EXPERIENCIAS TURISTICAS PRIORIZADAS:** Acorde a la estrategia de posicionamiento nacional e internacional se definen experiencias turísticas para focalizar esfuerzos de fomento al sector. Actualmente se prioriza: turismo gastronómico, enoturismo, turismo de naturaleza, astroturismo, turismo indígena, turismo rural y Turismo Aventura. Entre los proyectos a destacar se está trabajando en:
  - » **Estrategia Turismo Gastronómico:** Elaboración de lineamientos y estrategias para impulsar el turismo gastronómico en Chile, considerando un enfoque participativo que permita rescatar las características e identidades regionales, y un plan de activación a nivel nacional con la participación de diferentes actores clave.
  - » **Market Ready:** Programa de fortalecimiento de capacidades para la comercialización de servicios de servicios turísticos orientados a mercados locales, e internacionales.
  - » **Diseño e Implementación de Hoja de Ruta para el turismo aventura en Chile (AdventurePro):** Contempla foco en liderazgo, visión estratégica, marco legal, normativas, construcción de capacidades, certificación y fiscalización.
  - » **Plan Nacional de impulso al turismo de aventura y naturaleza en montaña:** Impulsar a nivel nacional el desarrollo de experiencias turísticas de aventura, naturaleza, y deportivas en montaña.
  - » **Programa Anfitriones:** Tiene como objetivo el desarrollo de la oferta y servicios turísticos junto a las comunidades aledañas a Parques Nacionales, así como fomentar los emprendimientos locales.

*Mayor detalle del desarrollo de experiencias turísticas priorizadas, disponible en el anexo 4 del presente documento.*



# SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL



## OBJETIVO ESTRATÉGICO

**Promover una experiencia del turista, nacional y extranjero, que sea segura, Propiciar las condiciones para que el turismo sea el principal promotor de las economías locales, del medio ambiente, del patrimonio y la identidad cultural, de la adaptación y mitigación al cambio climático, a través del desarrollo de productos y destinos turísticos sustentables, inclusivos y accesibles.**

**L** Durante el proceso de desarrollo y crecimiento del turismo ha sido posible identificar que, en algunas ocasiones, la industria enfrenta diversos riesgos, como emergencias sanitarias, cambio climático, escasez de agua y energía, destrucción de recursos naturales y culturales, pérdida de identidad en las comunidades, entre otros. Es por este motivo que adoptar y concretar la sustentabilidad, desde una perspectiva integral, es esencial para la consolidación del turismo como motor de desarrollo, especialmente en Chile, donde aproximadamente el 63% de los turistas extranjeros que visitan el país por motivo de vacaciones declara como principal razón para hacerlo *la naturaleza, los paisajes, la flora y la fauna*<sup>29</sup>. En esta línea, es importante destacar que, por sexto año consecutivo, Chile se alzó como el mejor destino de turismo aventura del mundo, reconocimiento entregado por los World Travel Awards<sup>30</sup>.

Con este pilar se pretende desarrollar la capacidad de satisfacer las necesidades actuales de la industria del turismo -tanto del turista como del prestador de servicios turísticos- sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. El pilar busca fortalecer al turismo como un aporte al desarrollo económico, social y cultural

del país y, al mismo tiempo, jugar un rol fundamental en la protección y conservación del medio ambiente y de los recursos naturales y culturales de Chile.

Para ello resulta primordial una adecuada gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo, que incorpore la dimensión económica de la actividad a través de la implementación de acciones tendientes a la formalización y crecimiento del sector, con especial atención en empresas de menor tamaño, resguardando la creación de más y mejores empleos, potenciando además la inversión en infraestructura habitante.

A su vez, un desarrollo integral y sustentable del sector no puede ser ajeno a las transformaciones culturales y sociales que vive Chile y el mundo. Por ello, resulta esencial avanzar en materia de accesibilidad, inclusión, equidad e igualdad de género, para crear un entorno capaz de brindar productos y servicios turísticos que puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones y de forma inclusiva por todas y todos los turistas, nacionales y extranjeros, que recorren el país.

<sup>29</sup> Subsecretaría de Turismo y Sernatur. (2019). Cuadros Perfil del Turista Extranjero 2019. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/turismo-receptivo>

<sup>30</sup> Subsecretaría de Turismo, "Somos ganadores Mejor Destino Turístico Aventura 2021. Noticia disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/2021/12/16/por-sexto-ano-consecutivo-chile-se-instala-como-el-mejor-destino-de-turismo-aventura-del-mundo/>

# LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

## 1. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL, TERRITORIAL Y PATRIMONIAL DEL TURISMO

Articular en diferentes niveles (política pública, academia, empresa privada, sociedad civil) en el ámbito de la gestión socio ambiental y la preservación del patrimonio natural y cultural.

INDICADORES	METAS
Huella de carbono en la industria turística	Establecer medición al 2030
Grado de saturación de destinos	Destinos saturados menor al 20%
Prestadores de servicios con obligatoriedad de registro en Sernatur que incorporan la sustentabilidad en su gestión.	100%
Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPES) (aclarar sigla) priorizadas con acciones de puesta en valor turística	100%
Sitios patrimoniales priorizados con acciones de puesta en valor turística	100%

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **COMPROMISO DE TURISMO SUSTENTABLE:** incentivar a los prestadores de servicios turísticos a asumir prácticas sustentables (Iniciativa en desarrollo).
- **SELLO S:** certificación reconocida internacionalmente que busca garantizar el cumplimiento de criterios socio-cultural, medioambientales y económicos en los alojamientos, tour operadores y agencias de viajes (Iniciativa en implementación).
- **PLAN DE ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL SECTOR TURISMO:** instalar capacidades en el sector turismo y generar condiciones habilitantes para adaptarse y enfrentar los efectos actuales y futuros del cambio climático, aumentando la resiliencia y sostenibilidad del sector (Iniciativa en implementación).
- **PLAN DE TURISMO RESPONSABLE:** instalar un sistema de gestión del turismo responsable que potencie la actividad turística como un componente esencial del

desarrollo integral de los territorios y la mejora de la experiencia del turista, a través de acuerdos transversales, el impulso de la asociatividad y sinergias, junto con la instalación de un modelo de gobernanza público privado (Iniciativa en desarrollo).

- **PUESTA EN VALOR TURISTICO DE LAS ASPES:** promover el desarrollo turístico sustentable en Áreas Protegidas del Estado y sus alrededores, con el objetivo de mejorar y diversificar la experiencia del turismo de naturaleza a lo largo del país, relevando los atributos propios y únicos de cada territorio, promoviendo acciones que le permitan al visitante tener una conexión con el entorno para que contribuya al cuidado y manejo de estos (Iniciativa en desarrollo).
- **HOJA DE RUTA DE TURISMO SUSTENTABLE:** programa que impulsa la adopción de buenas prácticas en los productos, servicios y destinos turísticos, y en los territorios, con el fin de contar con una oferta turística sustentable (Iniciativa en desarrollo).
- **PLAN DE PUESTA EN VALOR Y GESTIÓN TURISTICA DE RUTAS PATRIMONIALES CON INTERES TURISTICO:** Poner en valor el patrimonio fiscal mediante la administración intencionada del suelo público, y a través de la implementación del Programa de Rutas Patrimoniales el cual tiene como objetivo el desarrollo de recorridos gratuitos y autoguiados en territorios con alto valor social, natural, histórico y cultural. Promover el desarrollo local a través del turismo sostenible conservando la identidad y tradiciones de las comunidades locales (Iniciativa en desarrollo).
- **SOLUCIONES SANITARIAS SUSTENTABLES:** Brindar apoyo a servicios turísticos localizados en zonas de excepción que se encuentran desvinculadas del ecosistema de fomento productivo turístico, a través de la orientación y asesoría técnica respecto a los estándares técnicos y normativos, así como de instrumentos de financiamiento para implementar tecnologías alternativas de agua y saneamiento, facilitando su formalización en situaciones de escasez del recurso hídrico, y mejorando la calidad de la experiencia del visitante (Iniciativa en desarrollo).
- **MODELO DE GESTIÓN DE DESTINOS:** Modelo de gestión territorial en base a 5 ejes de trabajo (Fomento y generación de empleo; Infraestructura y atracción de inversiones; Activación de la demanda; Diversificación de experiencias; y Promoción), que permita contribuir al desarrollo turístico del país, considerando una visión estratégica nacional, priorizando las vocaciones turísticas y singularidades de cada territorio (Iniciativa en desarrollo).

## 2. DESARROLLO, FOMENTO Y GESTIÓN DEL TURISMO

Fomentar el crecimiento del sector, con especial atención en empresas de menor tamaño, resguardando la creación de más y mejores empleos, velando por la formalización, la seguridad, salud e ingreso justo y proporcional al esfuerzo realizado en el trabajo, potenciando además la inversión en infraestructura habilitante.

INDICADORES	METAS
Número de servicios formalizados	Identificar el universo de la oferta turística formal e informal
Cantidad de prestadores de turismo impactados por planes de turismo social	20% del total país en prestadores de alojamiento

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **PLAN DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES TURÍSTICAS:** Promover y fortalecer el mapa de oportunidades de inversión turística de nuestro país para el desarrollo de proyectos sustentables; apoyando la promoción, difusión y, finalmente, la generación de nuevas oportunidades de inversión, en coordinación con las instituciones del Estado que cuentan con portafolio de inmuebles con potencial turístico, como el Ministerio de Bienes Nacionales, la Corporación de Fomento de la Producción y la Empresa de los Ferrocarriles del Estado (Iniciativa en desarrollo).
- **PROGRAMA DE TURISMO SOCIAL:** permitir que los residentes en Chile tengan mayor accesibilidad a los servicios turísticos, incentivando su utilización a través de una estrategia con foco económico, que permita a su vez favorecer la descentralización y desarrollo de destinos turísticos, el quiebre de la estacionalidad y el crecimiento de PYMES turísticas (Iniciativa en implementación).
- **PLAN DE FORMALIZACIÓN DEL TURISMO:** incluye el fortalecimiento al registro, la inspección y la regulación de los prestadores de servicios turísticos (Iniciativa en desarrollo).
- **PLAN DE INSPECCIÓN EN EL MARCO DE LA LEY DE TURISMO:** plan nacional anual ejecutado a través de las direcciones regionales de Sernatur, el cual considera el proceso de supervisión a los servicios de alojamiento turístico y turismo aventura, de acuerdo con las atribuciones mandatadas por la Ley 20.423 al Servicio Nacional de Turismo.
- **PLAN DE FORTALECIMIENTO DEL REGISTRO:** iniciativa que busca fortalecer el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de Sernatur, a través de la difusión y posicionamiento del Sello R, campañas comunicacionales dirigidas a prestadores de servicios y turistas, como también la coordinación con actores estratégicos clave para dar cumplimiento al objetivo del plan.

### → HOJA DE RUTA DE FORTALECIMIENTO DE LAS ESTADÍSTICAS DE TURISMO

- **PLAN DE HERRAMIENTAS DE FOMENTO AL TURISMO:** aumentar la cobertura y efectividad en los instrumentos de fomento para el sector del turismo a través de la definición de herramientas de fomento que la industria necesite y del uso de las herramientas de fomento que están disponibles y así mejorar sus negocios e, idealmente, aumentar el empleo en la zona en la que están (Iniciativa no iniciada).

## 3. ACCESIBILIDAD, INCLUSIÓN, EQUIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO

Generar entornos, productos y servicios turísticos que acogen de manera homogénea a una demanda diversa.

INDICADORES	METAS
Crecimiento del turismo inclusivo, accesible y con equidad de género	Diseño de diagnóstico y sistema de indicadores
Regiones que cuentan con al menos una ruta turística con infraestructura inclusiva habilitada	100%

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **HOJA DE RUTA NACIONAL DE TURISMO ACCESIBLE 2022-2026:** busca visibilizar, sensibilizar, generar un diseño e implementación de la accesibilidad en la actividad turística (Iniciativa en desarrollo).
- **BASES PARA LA IGUALDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO EN TURISMO:** incorporar la igualdad y equidad de género en las áreas temáticas propuestas por OMT, tales como empleo, emprendimiento, educación y capacitación, y liderazgo (Iniciativa en desarrollo).
- **CÓDIGO DE CONDUCTA DE PREVENCIÓN DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES EN EL CONTEXTO DE VIAJES Y TURISMO:** mecanismo mediante el cual diversos actores del turismo podrán adquirir el compromiso de proteger a las niñas, niños y adolescentes en contra de cualquier tipo de explotación, principalmente la sexual (Iniciativa en desarrollo).

# DESARROLLO REGIONAL



## OBJETIVO ESTRATÉGICO

**Posicionar el rol de las regiones en el desarrollo del turismo como motor económico, social y cultural, con énfasis en lo local y en la contribución de un progreso sostenible y descentralizado.**

**E**n la actualidad, el turismo desempeña un papel clave dentro del desarrollo local. Teniendo en cuenta la Ley 21.074 de Fortalecimiento de la Regionalización del País, mediante la cual se entrega a los gobiernos regionales mayor autonomía en su gestión y se aumentan sus funciones y atribuciones, resulta fundamental impulsar el desarrollo del sector desde la implementación de iniciativas y programas que respondan a las realidades regionales y que atiendan las particularidades de cada territorio.

Este pilar reconoce el rol protagónico de cada región y –a través de la entrega de las herramientas apropiadas– busca facilitar la planificación y desarrollo de actividades que potencien la industria en cada una de las regiones del país.

Para ello, resulta indispensable fortalecer la gestión turística de los territorios mediante la articulación y establecimiento de mecanismos de cooperación entre el sector público, privado, las comunidades locales y los prestadores de servicios turísticos, así como potenciar la inversión en infraestructura habilitante necesaria para el mejoramiento y desarrollo de la actividad turística en los diferentes territorios y promover el crecimiento y diversificación de los destinos turísticos, focalizando el apoyo a empresas de menor tamaño y fomentando el emprendimiento y la inversión orientada a mejorar la experiencia de los visitantes y la calidad de vida de residentes, en armonía con el territorio y sus comunidades.

# LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

## 1. DESARROLLO ECONÓMICO, SOCIAL, CULTURAL Y AMBIENTAL DE LOS DESTINOS

Velar por el crecimiento y diversificación de los destinos turísticos, focalizando el apoyo a empresas de menor tamaño y fomentando el emprendimiento y la inversión, de manera de consolidar una oferta turística y cultural puesta en valor, de experiencias para diversos segmentos, no estacional (activa durante todo el año) y orientada a mejorar la experiencia de visitantes y la calidad de vida de residentes, en armonía con el territorio y sus comunidades.

INDICADORES	METAS
Regiones que cuentan con plan maestro de desarrollo turístico regional	100%
Pernoctaciones en Turismo Social	7% de participación de las pernoctaciones

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **PLAN MAESTRO DE DESARROLLO TURÍSTICO REGIONAL:** generar un mayor desarrollo turístico regional, diversificando la oferta en productos, servicios y experiencias, siendo necesario que cada región tenga un plan de desarrollo turístico regional con su propio sello y que esté alineado con la Estrategia Nacional de Turismo 2030 y el Plan Maestro de Desarrollo Turístico Regional, considerando, también, que para su implementación es necesario sumar recursos, alinear los fondos de desarrollo regional (FNDR), lograr una diversificación de sus componentes y desarrollar un trabajo intersectorial articulado que apoye las iniciativas y desafíos que contempla cada territorio (Iniciativa no iniciada).
- **PROGRAMA DE TURISMO SOCIAL:** permitir que los residentes en Chile tengan mayor acceso a los servicios turísticos, incentivando su utilización a través de una estrategia con foco económico, que permita a su vez favorecer la descentralización y desarrollo de destinos turísticos, el quiebre de la estacionalidad y el crecimiento PYMES turísticas (Iniciativa en implementación).
- **PLAN DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES TURÍSTICAS:** Promover y fortalecer el mapa de oportunidades de inversión turística de nuestro país para el desarrollo de proyectos sustentables; apoyando la promoción, difusión y, finalmente, la generación de nuevas oportunidades de inversión, en coordinación con las instituciones del Estado que cuentan con portafolio de inmuebles con potencial turístico, como el Ministerio de Bienes Nacionales, la Corporación de Fomento de la Producción y la Empresa de los Ferrocarriles del Estado (Iniciativa en desarrollo).
- **PLAN NACIONAL DE IMPULSO AL TURISMO DE MONTAÑA:** busca impulsar a nivel nacional el desarrollo de experiencias turísticas de aventura, naturaleza y deportivas en montaña (Iniciativa en desarrollo).

## 2. INFRAESTRUCTURA E INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Potenciar la inversión en infraestructura habilitante necesaria para el mejoramiento y desarrollo de la actividad turística en los diferentes territorios, con capacidad de enfrentar los cambios en flujos turísticos, que respondan a las realidades regionales o territoriales, atendiendo a las particularidades de cada sector y adaptándose a los efectos del cambio climático.

INDICADORES	METAS
Cantidad de proyectos diseñados o ejecutados del Plan Maestro de Infraestructura del Turismo 2021-2025.	80% del plan ejecutado al 2025

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **PLANES REGIONALES DE INFRAESTRUCTURA DE APOYO AL TURISMO:** identificar, priorizar y desarrollar una cartera de 1.660 proyectos en infraestructura de competencia MOP a lo largo del país que faciliten el desarrollo del turismo sustentable, incluyendo aeropuertos, obras portuarias, agua potable rural, vialidad entre otros (Iniciativa en desarrollo).
- **PLAN DE INFRAESTRUCTURA MENOR DE APOYO AL TURISMO:** aportar al mejoramiento de las condiciones comunales para el desarrollo del turismo mediante el financiamiento de proyectos de inversión en infraestructura menor urbana y equipamiento comunal financiado a través del plan de mejoramiento urbano con la Subsecretaría de Desarrollo Regional (Iniciativa no iniciada).
- **PLAN DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES TURÍSTICAS:** Promover y fortalecer el mapa de oportunidades de inversión turística de nuestro país para el desarrollo de proyectos sustentables; apoyando la promoción, difusión y, finalmente, la generación de nuevas oportunidades de inversión, en coordinación con las instituciones del Estado que cuentan con portafolio de inmuebles con potencial turístico, como el Ministerio de Bienes Nacionales, la Corporación de Fomento de la Producción y la Empresa de los Ferrocarriles del Estado (Iniciativa en desarrollo).



### 3. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DE LOS TERRITORIOS

Gestionar la actividad turística de los territorios mediante la articulación y establecimiento de mecanismos de cooperación entre el sector público, privado y las comunidades locales, con especial énfasis en la coordinación entre las municipalidades, otros actores locales y prestadores de servicios turísticos para propiciar el desarrollo de la industria turística regional y avanzar en el apoyo a la descentralización.

INDICADORES	METAS
Regiones que cuentan con instrumentos de planificación y/o gestión turística	100%
Comunas priorizadas que cuentan con instrumentos de planificación y/o gestión turística	100%
Ejecución de las acciones de los Planes de Acción Zonas de Interés Turístico	80%

#### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **DESARROLLO DE INCENTIVOS PARA LAS ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICOS - ZOIT:** definir e implementar medidas de fomento y financiamiento para el despliegue de las iniciativas turísticas de los planes de acción de las ZOIT, que permita su potenciamiento para la gestión del turismo en destinos (Iniciativa en desarrollo).
- **PLAN DE FORTALECIMIENTO DEL TURISMO EN LOS MUNICIPIOS:** fortalecer y asesorar la gestión turística local, a fin de promover el desarrollo turístico sustentable en los territorios. Para la gestión interna, se promueve la distinción de municipalidad turística, reconocimiento que busca validar la excelencia en la gestión interna de los municipios en turismo (Iniciativa en desarrollo).

# INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL



## OBJETIVO ESTRATÉGICO

**Promover una experiencia del turista, nacional y extranjero, que sea segura, Propiciar Desarrollar un contexto innovador y un cambio cultural que propicie la transformación digital del turismo en Chile, a través de la adopción y adaptación tecnológica, la incorporación del talento digital a la industria turística y el impulso a las iniciativas de innovación y transformación digital en todo el territorio nacional.**

La digitalización del sector turístico es clave para seguir atrayendo a turistas cada vez más hiperconectados y con estancias con mayor valor añadido. Sin embargo, según datos de 2018, en Chile, un 57% de las empresas de turismo declaraba no tener página web y del total que sí tenía (43%), solo un 21% permitía hacer reservas y un 14% admitía ventas de productos y servicios<sup>31</sup>, lo que evidencia que la industria nacional mantiene una brecha importante en la materia.

Este pilar busca hacerse cargo de dicha problemática, impulsando la innovación constante y el uso de las tecnologías digitales en la industria del turismo, que soporten la transformación digital del sector hacia el uso intensivo del Big Data y la inteligencia artificial con el fin de modernizar y mejorar la gestión de los destinos y la competitividad de las empresas turísticas.

Para ello, resulta primordial avanzar, en primer lugar, en inversiones e infraestructura que permitan mejorar la conectividad y equipamiento digital de los territorios, urbanos y rurales, a lo largo y ancho de todo el país. A su vez, es necesario acelerar el proceso de transformación digital en toda la cadena de valor sectorial, fortaleciendo el capital humano, ampliando las capacidades tecnológicas y propiciando avances en investigación, desarrollo e innovación en productos y servicios nuevos o mejorados que aporten a un mejor desarrollo del sector.

<sup>31</sup> Fuente: Encuesta longitudinal a empresas, 2018, INE-Ministerio de Economía Fomento y Turismo.

## 1. IMPULSO A LA INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y EQUIPAMIENTO DIGITAL

Ampliar y distribuir el acceso a internet y al equipamiento necesario para habilitar la transformación tecnológica.

INDICADORES	METAS
Destinos turísticos priorizados con acceso a internet	80%

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **PLAN MATRIZ DIGITAL:** plan nacional - a ejecutarse entre 2018 y 2022-que permitirá posicionar a Chile a la vanguardia tecnológica de la región y que acortará la brecha digital y de telecomunicaciones existente en el país (Iniciativa en desarrollo).

## 2. DIGITALIZACIÓN DEL TURISMO

Ampliar y distribuir el acceso a internet y al equipamiento necesario para Fomentar el proceso de transformación digital en toda la cadena de valor sectorial: política pública, inversionistas, territorios y destinos, gremios y empresas, formadores de capital humano, generadores de información y estadísticas.

INDICADORES	METAS
Empresas turísticas que incorporan herramientas digitales.	100%
Empresas turísticas que comercializan a través de canales digitales	50%

### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **"DATATURISMO" CHILE:** herramienta digital de auto consulta que permite una visualización interactiva de las estadísticas oficiales de turismo de Chile, con el objetivo de apoyar la toma de decisiones del sector turístico (Iniciativa en implementación y mejora).
- **BIGDATA EN TURISMO INTERNO:** innovadora solución para la disponibilidad oportuna y confiable de estadística oficial de turismo interno para la toma de decisiones del sector, presentada de forma digital e interactiva, generada a través de tecnología de Big Data con los datos capturados de la telefonía móvil y depurada según los criterios definidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT) (Iniciativa en implementación y mejora).
- **APRENDE TURISMO:** plataforma online especializada en el sector turístico con el fin de capacitar y entregar conocimientos técnicos y herramientas para los profesionales del sector (Iniciativa en implementación).
- **SIGO TURISMO TECNOLOGÍA:** proporcionar a las empresas turísticas nacionales la capacidad de desarrollar planes que visibilicen y pongan a disposición sus productos y servicios para provocar un aumento de su demanda gracias a las plataformas digitales, volviéndose accesibles a un mercado mayor (Iniciativa en implementación).
- **CONECTA TURISMO:** portal que conecta a empresas o prestadores de servicios turísticos con prestadores de servicios tecnológicos, mejorando las brechas en el uso de tecnologías aplicadas al turismo (Iniciativa en implementación).
- **LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL TURISMO EN CHILE.** (Iniciativa en desarrollo) plan que busca desarrollar un contexto innovador que propicie la transformación digital del turismo en Chile, promoviendo la adopción y adaptación tecnológica, incorporando talento digital e insertando y expandiendo iniciativas de transformación digital (Iniciativa en desarrollo).

### 3. INNOVACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Propiciar la investigación, desarrollo e innovación en productos y servicios nuevos o mejorados que aporten a un mejor desarrollo del sector.

INDICADORES	METAS
Presupuesto dedicado a innovación en turismo	Aumento del 15% anual hasta el año 2028
Crecimiento de la innovación en turismo	Diseño de diagnóstico y sistema de indicadores

#### EJEMPLO DE INICIATIVAS Y PROGRAMAS VINCULADOS

- **SIGO TURISMO INNOVACIÓN:** programa de capacitación y asistencias técnicas personalizadas, que busca generar competencias en las personas que forman parte de la oferta de servicios turísticos para que puedan diseñar experiencias turísticas innovadoras y adecuadas a las necesidades de los turistas y al escenario de crisis sanitaria y económica actual (Iniciativa en implementación).
- **CONCURSO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES MÁS VALOR TURÍSTICO:** iniciativa que busca distinguir productos turísticos innovadores de todo el país, que estén diseñados de acuerdo con las tendencias de los nuevos consumidores y que aporten una experiencia turística que entregue más valor al mercado turístico (Iniciativa en implementación).
- **INDICE DE INNOVACIÓN PÚBLICA DEL LABORATORIO DE GOBIERNO:** herramienta del Gobierno de Chile, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, que permite medir las capacidades para innovar de los servicios públicos, de cara a las personas. Busca que el Estado se adapte a necesidades y expectativas cambiantes y que autoridades y funcionarios/as públicos tomen decisiones con base en evidencia (Iniciativa en implementación).

<sup>29</sup> Subsecretaría de Turismo y Sernatur. (2019). Cuadros Perfil del Turista Extranjero 2019. Disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/turismo-receptivo>

<sup>30</sup> Subsecretaría de Turismo, "Somos ganadores Mejor Destino Turístico Aventura 2021. Noticia disponible en: <http://www.subturismo.gob.cl/2021/12/16/por-sexto-ano-consecutivo-chile-se-instala-como-el-mejor-destino-de-turismo-aventura-del-mundo/>



## CAPÍTULO 6. HABILITADORES DE LA ESTRATEGIA

# HABILITADORES DE LA ESTRATEGIA

La Estrategia Nacional de Turismo 2030 requiere una serie de condiciones habilitantes que permitan su adecuada implementación y seguimiento y, por consiguiente, el cumplimiento de las metas establecidas. Dentro de los facilitadores clave se destaca la gobernanza, mecanismos de seguimiento y monitoreo, presupuesto y capital humano.

## GOBERNANZA

Una de las condiciones requeridas para la implementación y debido cumplimiento de la ENT es la instalación de un **sistema de gobernanza** que facilite, coordine, haga seguimiento y realice una articulación política y técnica de los distintos actores públicos y privados para el logro de los pilares estratégicos con sus respectivos lineamientos, indicadores y metas. Esto implica definir roles y funciones que favorezcan una mirada nacional, regional y local para la implementación de la ENT 2030.

**FIGURA 4:**  
**GOBERNANZA**



Fuente: Elaboración propia

## ROLES Y FUNCIONES

**Comité de ministros del Turismo:** su misión es asesorar al Presidente de la República en la fijación de los lineamientos de la política gubernamental para el desarrollo de la actividad turística. Tiene el rol de promover el cumplimiento de la ENT, a través de la articulación de los distintos ministerios que lo conforman, aprobación de planes y programas nacionales, aprobación de presupuestos sectoriales, entre otros. Todo con el propósito de facilitar las condiciones para el logro de las metas propuestas para el sector al 2030.

**Comité estratégico:** está compuesto por la Subsecretaría de Turismo y Sernatur, a través de sus respectivos/as jefes de división. Dentro de sus principales funciones está:

- Definir y revisar las iniciativas estratégicas a desarrollar para cada uno de los pilares y lineamientos estratégicos, junto con aprobar los cambios necesarios a los programas, planes e iniciativas en proceso.
- Supervisar la ejecución de las iniciativas enmarcadas en los lineamientos estratégicos.
- Mantener una comunicación activa con el/la responsable de seguimiento y control y con cada uno de los comités por pilar estratégico, que permita detectar desviaciones, ajustar agenda, entre otros.
- Reportar anualmente al Comité de Ministros del Turismo sobre el estado de avance de la Estrategia Nacional de Turismo 2030.

**Responsable de seguimiento y control:** encargado/a de articularse con los comités para hacer seguimiento y control, además de generar los reportes periódicos sobre el avance y desempeño de la ENT en cada uno de sus pilares y lineamientos estratégicos.

**Comité según pilar:** encargado/a de articular diversos actores responsables de implementar los lineamientos estratégicos del pilar, a través del despliegue de diversas iniciativas, programas y planes. En este comité pueden participar actores de la Subsecretaría de Turismo y Sernatur, además de actores vinculados a otros ministerios o servicios donde se estén articulando programas de interés, como Sercotec, Indap, Conadi, entre otros. Dentro de sus funciones está:

- Participar en las mejoras y definiciones de las iniciativas, validando cambios sustantivos que requieran la aprobación del comité estratégico.
- Supervisar la implementación de la iniciativa y, por lo tanto, detectar a tiempo desviaciones y riesgos e implementar soluciones.
- Entregar información de avance al responsable de seguimiento y control.

## MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Para asegurar la correcta ejecución de la ENT 2030 resulta fundamental instalar disciplinas y metodologías de seguimiento y monitoreo. De este modo, es necesaria la revisión y evaluación de las metas e indicadores anualmente, a fin de realizar ajustes y elaborar planes y/o instrumentos que aseguren el cumplimiento de los desafíos para el sector turismo al 2030.

Dentro de los mecanismos de seguimiento se propone la elaboración de un reporte por pilar estratégico, donde se aborden los lineamientos estratégicos, indicadores y nivel de cumplimiento de metas. Esta información debe ser elaborada por el comité por pilar estratégico y entregada al responsable de seguimiento y control, destacando los avances y desempeño.

Luego, se propone elaborar un reporte consolidado que ilustre el estado de avance y el nivel de desviaciones o alertas respecto al cumplimiento de los lineamientos estratégicos de cada pilar, información que debe ser presentada al comité estratégico para analizar los avances y definir los ajustes requeridos para el siguiente período.

## PRESUPUESTO

La implementación de esta estrategia y de las iniciativas, planes y programas que aportan a ella, se sustenta, en primer término, en el presupuesto anual asignado a la institucionalidad pública sectorial (Subsecretaría de Turismo y Sernatur). Sin embargo, y considerando que se trata de una estrategia multiactor, resulta de vital importancia sumar recursos provenientes desde otras vías, tanto públicos como privados, nacionales e internacionales, que sean atingentes a las iniciativas que, con el tiempo, se vayan diseñando para alcanzar los desafíos planteados.

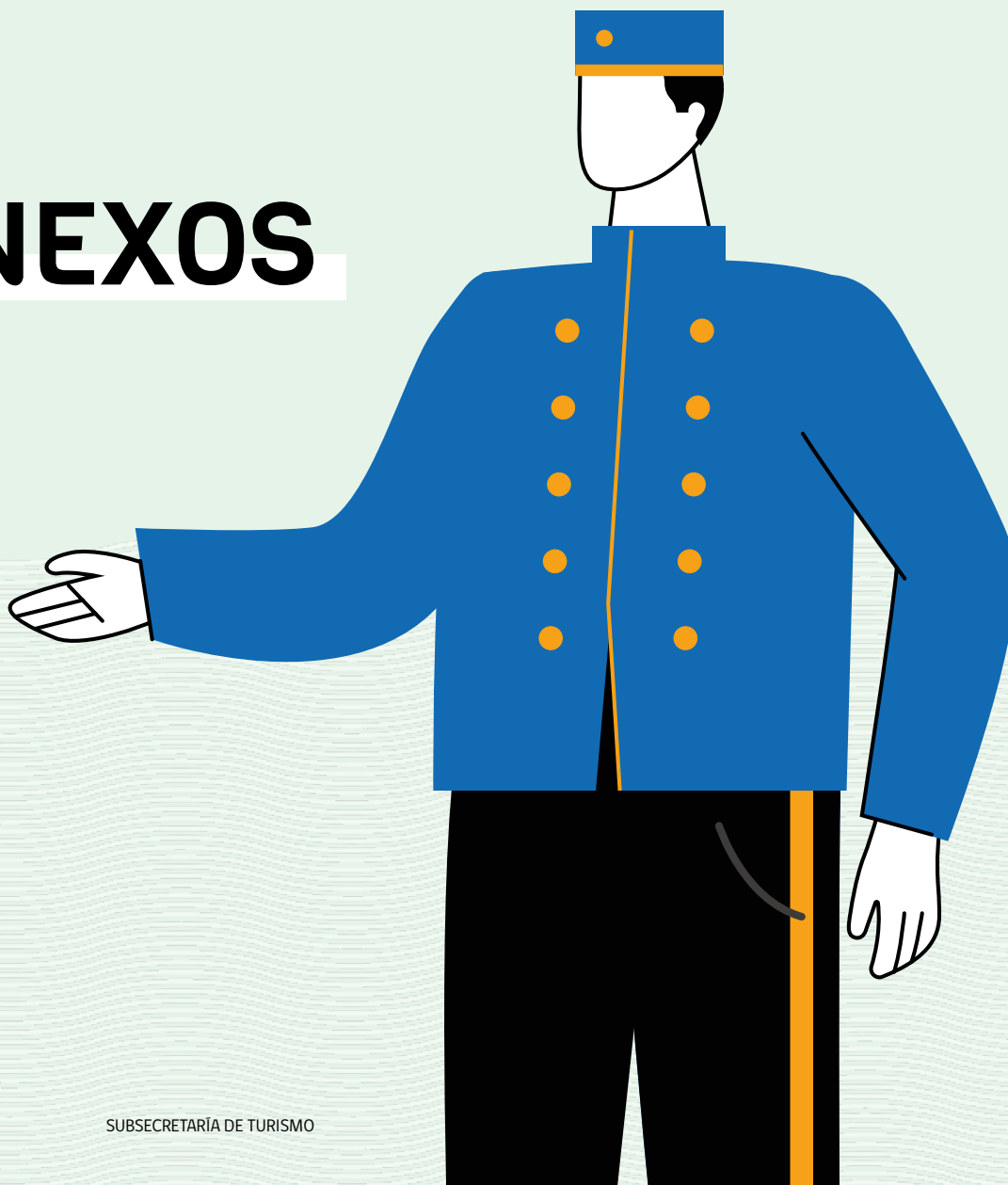
Es aquí donde el sector turismo, fundamentado en lo que propone esta estrategia, debe focalizar sus esfuerzos en promover recursos adicionales, así como también guiar y priorizar las inversiones de otros sectores vinculados, que resultan vitales para el desarrollo de la industria turística (por ejemplo, infraestructura vial, telecomunicaciones, otros). Asimismo, para el desarrollo territorial y la descentralización se debe velar por incrementar los fondos de desarrollo regional (FNDR) y la diversificación de sus componentes, junto con desarrollar un trabajo intersectorial articulado, en línea con los desafíos de cada región.

## COMPETENCIAS DEL EQUIPO DE TRABAJO

Adicionalmente, otro componente clave para el éxito de la ENT es que el equipo de profesionales asignado para el despliegue de las iniciativas estratégicas posea competencias profesionales técnicas y blandas acorde.



# ANEXOS





## ANEXO 1:

### ACRÓNIMOS

<b>SIGLA</b>	<b>NOMBRE</b>
<b>ACT</b>	<b>Actividad Característica del Turismo</b>
<b>ACHET</b>	<b>Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G</b>
<b>ACHITUR</b>	<b>Asociación Chilena de Turismo Rural</b>
<b>ANTI</b>	<b>Asociación Nacional de Turismo Indígena</b>
<b>CEPAL</b>	<b>Comisión Económica para América Latina y el Caribe</b>
<b>CONADI</b>	<b>Corporación Nacional de Desarrollo Indígena</b>
<b>CONAF</b>	<b>Corporación Nacional Forestal</b>
<b>CORFO</b>	<b>Corporación de Fomento de la Producción</b>
<b>FAO</b>	<b>Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación</b>
<b>FLACSO</b>	<b>Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales</b>
<b>INDAP</b>	<b>Instituto de Desarrollo Agropecuario</b>
<b>MBN</b>	<b>Ministerio de Bienes Nacionales</b>
<b>MINECON</b>	<b>Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</b>
<b>OCDE</b>	<b>Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos</b>
<b>ODEPA</b>	<b>Oficina de Estudios y Políticas Agrarias</b>
<b>OMT</b>	<b>Organización Mundial del Turismo</b>
<b>ONU</b>	<b>Organización de las Naciones Unidas</b>
<b>PDI</b>	<b>Policía de Investigaciones de Chile</b>
<b>RIEST</b>	<b>Red de Instituciones de Educación Superior en Turismo</b>
<b>SAG</b>	<b>Servicio Agrícola y Ganadero</b>
<b>SERNATUR</b>	<b>Servicio Nacional de Turismo</b>
<b>SOCIETUR</b>	<b>Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile</b>
<b>TNC</b>	<b>The Nature Conservancy</b>
<b>UNESCO</b>	<b>Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura</b>
<b>UICN</b>	<b>Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza</b>
<b>WCS</b>	<b>Wildlife Conservation Society</b>
<b>WTTC</b>	<b>World Travel &amp; Tourism Council</b>
<b>WWF</b>	<b>Fondo Mundial para la Naturaleza</b>

## ANEXO 2:

### ACTORES RELEVANTES DEL TURISMO EN CHILE

Para consolidar el turismo como motor de desarrollo económico y social es fundamental el compromiso, la motivación, la articulación y la gestión de los actores que tienen un impacto en la industria.

A continuación, se presenta a los principales actores involucrados en el turismo en Chile, agrupados en categorías de acuerdo con sus funciones e intereses:

**TABLA 1 CATEGORIZACIÓN DE ACTORES RELEVANTES DEL SECTOR TURISMO EN CHILE**

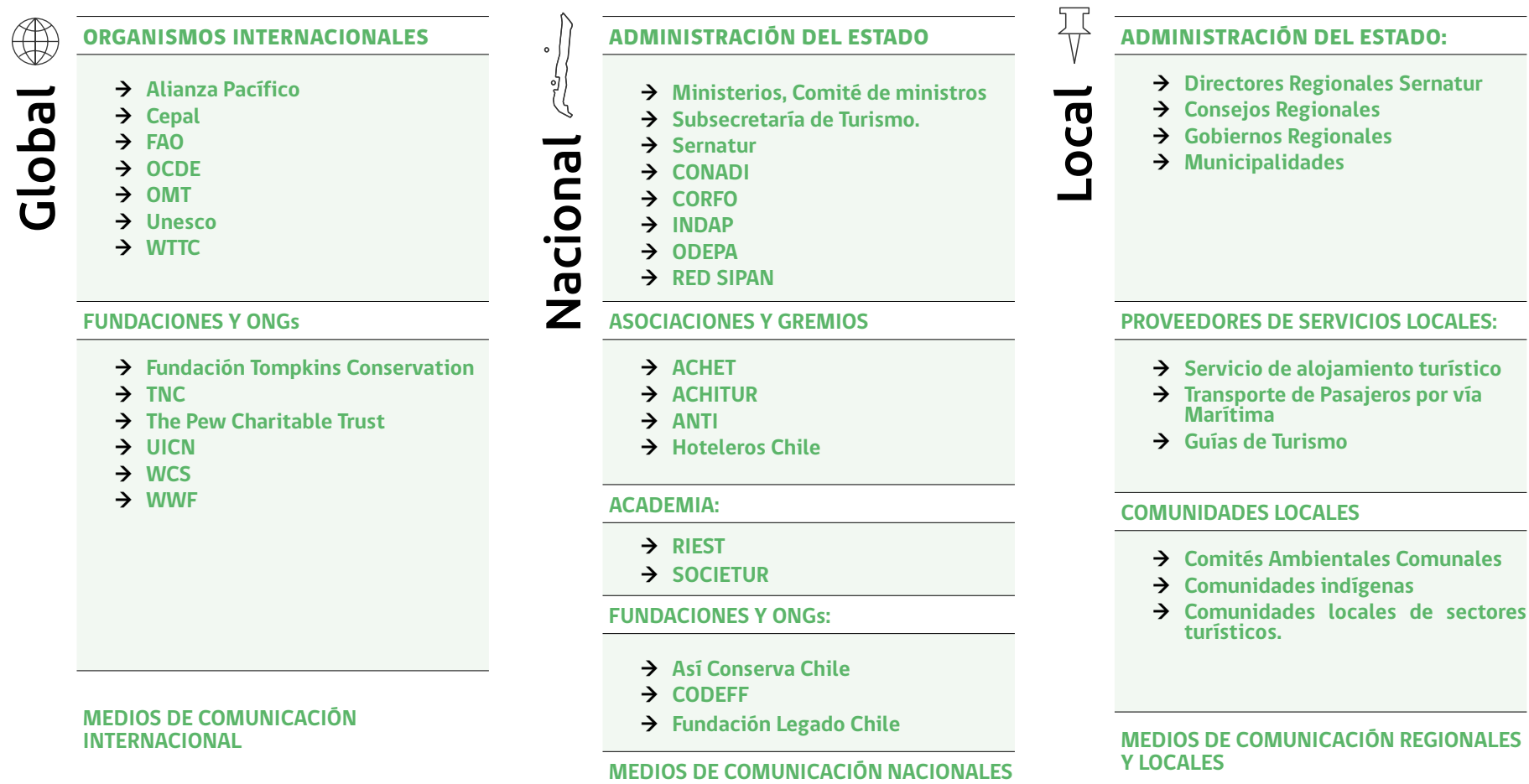
CATEGORÍA DE ACTOR	DESCRIPCIÓN
Administración del Estado	Se refiere primeramente a los organismos que componen el Poder Ejecutivo del Estado y los distintos servicios públicos centralizados y descentralizados, tanto administrativa como territorialmente. Dentro de sus funciones destacan el apoyo para el desarrollo de la Política y la Estrategia Nacional de Turismo, la planificación y administración de recursos estratégicos naturales, económicos, patrimoniales, humanos y de infraestructura, entre otros. En el caso particular de los gobiernos locales se reconoce la función de gestionar los vínculos con los actores de cada territorio.
Asociaciones y Gremios	Se refiere a las asociaciones, profesionales o de oficio, formadas por personas naturales y jurídicas que tienen similar ocupación y/o que se desempeñan de manera independiente o coordinada en un mismo sector económico o industrial. Dentro de sus funciones se encuentra la representación de las diferentes empresas (grandes, medianas y pequeñas) y agrupaciones relacionadas a la entrega de productos y servicios turísticos, velando porque exista y se mantenga un entorno favorable para el desarrollo de la industria del turismo en Chile, así como también trabajar junto al Estado en la elaboración de políticas públicas, leyes y acciones tendientes a potenciar y desarrollar el turismo en el país.
Prestadores de Servicios Turísticos	Se trata de las organizaciones y personas que desarrollan la oferta turística mediante la producción y comercialización de bienes o prestación de servicios de carácter turístico. Dentro de sus funciones se encuentra el diseño de la oferta turística, la ejecución y operatividad de los servicios de turismo sustentable y la vinculación de la oferta nacional con la demanda internacional mediante la producción de oferta. Este sector juega un rol fundamental en el aporte a la innovación, el desarrollo de los servicios y la gestión del empleo en el marco del turismo.
Academia	Entidades dedicadas a la educación, gestión de la información y desarrollo científico de aspectos relevantes en materia de turismo sostenible. Estas entidades inciden en la formación de actores relevantes en la composición y diseño de la oferta, así como también en el levantamiento de información de valor científico para la toma de decisiones estratégicas.
Organismos Internacionales	Organizaciones cuya regulación y operaciones se centran principalmente fuera del territorio nacional, sin distinción de la naturaleza institucional, pudiendo tratarse de personas jurídicas de derecho internacional, derecho público, transnacionales o de cualquier otra índole. Dentro de sus funciones destaca la de integrar el turismo en el desarrollo de políticas y ofrecer asistencia técnica al desarrollo de proyectos y programas de turismo sustentable.

CATEGORÍA DE ACTOR	DESCRIPCIÓN
Fundaciones Privadas y ONG	Son aquellas sociedades, organizaciones o entidades que apoyan la rentabilidad social propia de la actividad turística y cuyos miembros se dedican a promover buenas prácticas, levantar alertas sobre externalidades negativas, desarrollo de obras sociales, ambientales, culturales o humanitarias sin finalidad lucrativa, posicionar temáticas dentro de la agenda y el debate nacional en torno al turismo, desarrollar y proponer criterios y sustento para la adopción de lineamientos estratégicos y la producción y recopilación de información relevante para la toma de decisiones, además de salvaguardar la biodiversidad natural y el patrimonio cultural de un determinado territorio, involucrar a otros actores públicos y privados en la conservación y activismo medioambiental, alertar a la sociedad de malas prácticas ejercidas por diferentes actores, públicos o privados, en determinados territorios y establecer nuevos parámetros para la discusión de leyes y políticas públicas.
Comunidades Locales	Se refiere a los grupos organizados funcionalmente en base a criterios territoriales, políticos y administrativos que se identifican con la promoción de intereses compartidos. Estas comunidades son las que levantan intereses comunes relacionados con la gestión del turismo sustentable, informan sobre elementos relevantes relativos a la integridad patrimonial y cultural de los territorios, participan activamente en la promoción de instancias de utilidad para el turismo a nivel local, participan eventual y ocasionalmente del intercambio del sector turístico en calidad de prestadores o consumidores e influyen sobre la agenda política de los gobiernos locales a través de sus representantes.
Visitante	Son las personas que viajan a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado[1].
Medios de Comunicación	Son los canales de comunicación que involucran la transmisión de información de una manera, forma o estilo, a un gran número de personas. Son quienes comunican y difunden hechos concretos que reflejan al turismo nacional, proponen temáticas y nuevas visiones respecto del turismo en Chile y el mundo, muestran la relevancia de la industria en la economía del país e identifican y dan visibilidad a los diferentes actores relacionados con el sector, desde los grandes a los pequeños.

La Figura 1 presenta algunos de los principales actores en el sector turístico a nivel global, nacional y local. El mapeo representa una fotografía de los actores actuales (al momento de la elaboración de esta estrategia) en el sector, sin em-

bargo, es de gran importancia considerar que el mapeo es dinámico y, por ende, la cantidad de actores identificados puede variar en el futuro.

**FIGURA 5:**  
**ACTORES DEL SECTOR TURISMO EN CHILE<sup>33</sup>**



<sup>33</sup> En el Anexo 2 se presenta un listado detallado de los actores clave identificados para la industria del turismo, el cual se podrá ir complementando en la medida que se avance en la implementación de la estrategia.

## ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>CONADI</b>	Corporación Nacional de Desarrollo Indígena	Promover, coordinar y ejecutar la acción del Estado en favor del desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas, especialmente en lo económico, social y cultural y de impulsar su participación en la vida nacional, a través de la coordinación intersectorial, el financiamiento de iniciativas de inversión y la prestación de servicios a usuarios y usuarias.
<b>CONAF</b>	Corporación Nacional Forestal	Entidad de derecho privado dependiente del Ministerio de Agricultura, cuya principal tarea es administrar la política forestal de Chile y fomentar el desarrollo del sector. Su misión es contribuir al desarrollo del país a través del manejo sostenible de los ecosistemas forestales y de los componentes de la naturaleza asociados a éstos.
<b>CORFO</b>	Corporación de Fomento de la Producción	Apoya el emprendimiento, la innovación y la competitividad, fortaleciendo, además, el capital humano y las capacidades tecnológicas, teniendo como principal objetivo promover una sociedad de más y mejores oportunidades para contribuir al desarrollo económico del país. Posee programas sectoriales como el PAR Turismo 2021, apoyo mediante el financiamiento de planes de trabajo de inversión y/o capital de trabajo.
<b>CRDP</b>	Corporación Regional de Desarrollo Productivo	En 2006 se crearon las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo, en base a un acuerdo que formó Comités Regionales de Innovación en varias regiones de Chile, entre ellas Coquimbo. Localizan su trabajo en el desarrollo de agendas de competitividad para los sectores de agricultura y agroindustria, pesca y acuicultura, minería y turismo.
<b>DGAC</b>	Dirección General de Aeronáutica Civil	Organismo dependiente de la Fuerza Aérea de Chile y que está encargado de la seguridad aeronáutica del país y la infraestructura aeroportuaria nacional.
<b>Directemar</b>	Dirección General del Territorio Marítimo y Marina Mercante	Organismo de alto nivel de la Armada de Chile que, como servicio público del Estado de Chile, cautela el cumplimiento de las leyes y acuerdos internacionales vigentes para dar seguridad marítima, proteger la vida humana en el mar, zonas fluviales y lacustres; preservar el medio ambiente acuático y los recursos naturales marinos; ejercer la policía marítima y fiscalizar y regular las actividades que se desarrollan en el ámbito marítimo de su jurisdicción, con el propósito de contribuir al desarrollo marítimo de la nación.
<b>ENOTURISMO CHILE</b>	Enoturismo Chile	Este programa trabaja en el desarrollo y fortalecimiento del enoturismo en Chile de manera integral, promocionando y difundiendo el sector a nivel nacional e internacional, ofreciendo una propuesta atractiva, innovadora, competitiva y sustentable, fomentando la constante mejora en la calidad del servicio y ofreciendo las mejores herramientas de conocimiento a la industria.
<b>FIA</b>	Fundación para la Innovación Agraria	Es la agencia de innovación del Ministerio de Agricultura. Su misión es contribuir a la solución eficiente de desafíos estratégicos del sector silvoagropecuario nacional y/o de la cadena agroalimentaria asociada, por medio del fomento, articulación y difusión tecnológica de procesos de innovación orientados al desarrollo sustentable.
<b>FOSIS</b>	Fondo de Solidaridad e Inversión Social	Contribuir a la superación de la pobreza y la vulnerabilidad social de personas, familias y comunidades. Cuenta con programas como Innova Fosis.

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>FUCOA</b>	Fundación de Comunicaciones, Capacitación y Cultura del Agro	Institución privada sin fines de lucro, dependiente del Ministerio de Agricultura, que tiene por misión desarrollar, articular y promover todo tipo de iniciativas comunicacionales, de capacitación y culturales, que permitan el desarrollo agrícola y social de los habitantes de los territorios rurales del país, así como revalorizar la cultura rural, para que tanto productores agrícolas como la población rural puedan informarse y capacitarse para emprender, desarrollarse y tomar mejores decisiones, en consistencia con los ejes del Ministerio de Agricultura.
<b>GOBIERNOS REGIONALES</b>	Gobiernos regionales	Organismo encargado de la administración superior de la región. Se preocupa por el desarrollo armónico y equitativo del territorio, impulsando su desarrollo económico, social y cultural, tomando en cuenta la preservación y mejoramiento del medio ambiente y la participación de la comunidad.
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Estadísticas	Organismo encargado de producir las estadísticas oficiales del país. Además, es el encargado de realizar los censos en Chile.
<b>INN</b>	Instituto Nacional de Normalización	Fundación de derecho privado sin fines de lucro, creada por CORFO en 1973, como un organismo técnico en materias de la infraestructura de la calidad. El INN es continuador legal del Instituto Nacional de Investigaciones Tecnológicas y Normalización (Inditecnor), creado en 1944.
<b>INDAP</b>	Instituto de Desarrollo Agropecuario	Servicio dependiente del Ministerio de Agricultura que tiene por objeto promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos, con el fin de contribuir a elevar su capacidad empresarial, organizacional y comercial, su integración al proceso de desarrollo rural y optimizar al mismo tiempo el uso de los recursos productivos.
<b>INVESTCHILE</b>	InvestChile	Organismo público que promueve a Chile como destino de inversión extranjera directa en el mercado global, conectando los intereses de los inversionistas foráneos con las oportunidades de negocios que el país ofrece.
<b>MIDESO</b>	Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Contribuir en el diseño y aplicación de políticas, planes y programas en materia de desarrollo social, especialmente aquellas destinadas a erradicar la pobreza y brindar protección social a las personas o grupos vulnerables, promoviendo la movilidad e integración social.
<b>MINAGRI</b>	Ministerio de Agricultura	Institución del Estado encargada de fomentar, orientar y coordinar la actividad silvoagropecuaria del país. Su misión es avanzar hacia un sector agroalimentario y forestal competitivo, sustentable, innovador y moderno, comprometido socialmente con el desarrollo regional y rural.
<b>MINISTERIO ECONOMÍA</b>	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país. En relación con el turismo, su objetivo es impulsar y desplegar el enorme potencial que tiene la industria del turismo, estableciendo normas de calidad de los servicios turísticos y medidas de protección al turista, además de crear la actual Subsecretaría de Turismo.
<b>MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS</b>	Ministerio de Obras Públicas	El Ministerio de Obras Públicas es la secretaría de Estado que está a cargo de planear, estudiar, proyectar, construir, ampliar, reparar, conservar y explotar la infraestructura pública de carácter fiscal, que esté bajo su tuición, a lo largo del país.

<b>ORGANISMO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN</b>
<b>MINVU</b>	Ministerio de Vivienda y Urbanismo	Su misión es contribuir a la construcción de ciudades socialmente integradas, conectadas y más felices; recuperar entornos para transformarlos en espacios amables e inclusivos; y propiciar el acceso a viviendas adecuadas.
<b>MINISTERIO DE BIENES NACIONALES</b>	Ministerio de Bienes Nacionales	El Ministerio de Bienes Nacionales tiene la misión de trabajar por una mejor calidad de vida de los chilenos mediante la administración eficiente del territorio fiscal, con miras a ponerlo en valor y al servicio del desarrollo local, siempre velando por la conservación del patrimonio cultural y natural; avanzar hacia un país de propietarios, por medio de la regularización expedita de títulos de dominio; generar inteligencia territorial para entregar mayor información a la ciudadanía y desarrollar mejores políticas públicas.
<b>MMA</b>	Ministerio del Medio Ambiente	Su misión es liderar el desarrollo sustentable, a través de la generación de políticas públicas y regulaciones eficientes, promoviendo buenas prácticas y mejorando la educación ambiental ciudadana.
<b>MINISTERIO DE LAS CULTURA, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO</b>	Ministerio de las Cultura, las Artes y el Patrimonio	Su principal objetivo será colaborar con el Jefe de Estado en el diseño, formulación e implementación de políticas, planes y programas que contribuyan al desarrollo cultural y patrimonial de manera armónica y equitativa en todo el territorio nacional.
<b>MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES</b>	Ministerio de Relaciones Exteriores	Contribuir a la formulación de la política exterior de Chile, conduciendo y coordinando su implementación a través de su estructura organizacional y la interacción de actores públicos y privados, para velar por los intereses del país y sus connacionales en su relacionamiento con el mundo.
<b>MINISTERIO DE EDUCACIÓN</b>	Ministerio de Educación	Órgano rector del Estado encargado de fomentar el desarrollo de la educación en todos sus niveles, a través de una educación humanista democrática, de excelencia y abierta al mundo en todos los niveles de enseñanza; estimular la investigación científica y tecnológica y la creación artística, y la protección e incremento del patrimonio cultural de la Nación. Del mismo modo, esta institución es la llamada a velar por los derechos de todos los estudiantes, tanto de establecimientos públicos como privados.
<b>MINISTERIO DE SALUD</b>	Ministerio de Salud	La misión de este ministerio es construir un modelo de salud sobre la base de una atención primaria fortalecida e integrada, que pone al paciente en el centro, con énfasis en el cuidado de poblaciones durante todo el ciclo de vida, y que además estimule la promoción y prevención en salud, así como el seguimiento, trazabilidad y cobertura financiera.
<b>MINISTERIO DE TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES</b>	Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Es el ministerio de Estado encargado de dirigir, supervisar, coordinar y promover leyes sobre transportes y telecomunicaciones.
<b>MINISTERIO DEL DEPORTE</b>	Ministerio del Deporte	Es el ministerio de Estado encargado de las políticas públicas relativas al desarrollo y promoción del deporte en el país.

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>CORPORACIONES MUNICIPALES</b>	Corporaciones Municipales	Son corporaciones autónomas de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local y asegurar su participación en el progreso económico, social y cultural de las respectivas comunas.
<b>ODEPA</b>	Oficina de Estudios y Políticas Agrarias	Su misión es proporcionar información regional, nacional e internacional para que los distintos agentes involucrados en la actividad silvoagropecuaria adopten sus decisiones, además, apoyar la gestión del Ministerio de Agricultura.
<b>ONEMI</b>	Oficina Nacional de Emergencia	La Oficina Nacional de Emergencia del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, es el organismo técnico del Estado a cargo de planificar y coordinar los recursos públicos y privados destinados a la prevención y atención de emergencias y desastres de origen natural o provocados por la acción humana, proporcionando a los ministerios, intendencias, gobernaciones, municipios y organismos de protección civil de nivel nacional, regional, provincial y comunal, modelos y planes de gestión permanente para la prevención y manejo de emergencias, desastres y catástrofes.
<b>PDI</b>	Policía de Investigaciones	La Policía de Investigaciones de Chile es la policía civil investigativa de Chile, creada oficialmente el 19 de junio de 1933.
<b>PRODEMU</b>	Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer	Institución del Estado que se hace cargo de las necesidades, requerimientos y demandas de las mujeres en Chile a la vuelta de la democracia, con el objetivo de facilitar su participación, organización y el desarrollo integral, promoviendo su empoderamiento e impulsándolas a alcanzar una mejor calidad de vida.
<b>PROCHILE</b>	ProChile	Su misión es contribuir al desarrollo sostenible del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas y la promoción de bienes y servicios para el impulso de la diversificación de las exportaciones, la atracción de la inversión extranjera y del turismo, así como el fortalecimiento de la imagen país, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.
<b>RED SIPAN</b>	Sistemas Importantes del Patrimonio Agrícola Nacional	Busca reconocer y conservar el patrimonio agrícola en el país, con la creación de una red de territorios en las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Biobío y La Araucanía.
<b>SAG</b>	Servicio Agrícola y Ganadero	Encargado de apoyar el desarrollo de la agricultura, los bosques y la ganadería, a través de la protección y mejoramiento de la salud de los animales y vegetales.
<b>SERCOTEC</b>	Servicio de Cooperación Técnica	Servicio público dedicado a apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, para que se desarrollen y sean fuente de crecimiento para Chile y los chilenos.
<b>SENCE</b>	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo	A través de una oferta integrada de políticas, programas e instrumentos de calidad, persigue mejorar la empleabilidad de quienes buscan trabajo o quieren fortalecer sus trayectorias laborales, con especial atención en apoyar la inserción y continuidad laboral de personas vulnerables.



ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>SERNAPESCA</b>	Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura	Entidad dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuya misión es contribuir a la sustentabilidad del sector y a la protección de los recursos hidrobiológicos y su medio ambiente, a través de una fiscalización integral y gestión sanitaria que influye en el comportamiento sectorial promoviendo el cumplimiento de las normas. Para el cumplimiento de este propósito, el servicio se encuentra presente territorialmente en las 16 regiones del país, con oficinas provinciales, incluidas dos insulares.
<b>SERNATUR</b>	Servicio Nacional de Turismo	Promoción y difusión del desarrollo de la actividad turística en el país, por medio de políticas y programas de Gobierno, destinos y atractivos turísticos nacionales dentro y fuera del país, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural de Chile.
<b>SUBDERE</b>	Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo	Su función es impulsar y conducir las reformas institucionales en materia de descentralización que contribuyan a una efectiva transferencia de atribuciones y responsabilidades en el ámbito político, económico y administrativo a los gobiernos regionales y a los municipios. Posee una Unidad de Gobierno Electrónico Local, que busca fortalecer la capacidad de gestión de las municipalidades para mejorar el servicio que prestan a la comunidad regional y local, incorporando el uso de TIC. Aclarar sigla.
<b>SUBTEL</b>	Subsecretaría de Telecomunicaciones	Organismo dependiente del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones. Su trabajo está orientado a coordinar, promover, fomentar y desarrollar las telecomunicaciones en Chile, transformando a este sector en motor para el desarrollo económico y social del país.
<b>SUBTURISMO</b>	Subsecretaría de Turismo	Elaborar y proponer los planes, programas y proyectos para el fomento, promoción y desarrollo del turismo, así como de las demás materias que requieran del estudio o resolución de aquél, de conformidad con lo dispuesto en el número 12) del artículo 8º de esta ley.
<b>TRANSFORMA TURISMO</b>	Transforma Turismo	Programa público privado, espacio neutro de colaboración donde confluyen los principales actores de la industria que se unen en torno a una visión y hoja de ruta para el logro de objetivos de mediano y largo plazo.
<b>DIBAM</b>	Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos	Gestionar el reconocimiento, el resguardo y el acceso al patrimonio y la memoria, de forma participativa y en su diversidad, para generar conocimiento y contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas.

## ASOCIACIONES Y GREMIOS

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>ACHET</b>	Asociación Chilena de Empresas de Turismo	Es la entidad gremial que representa a las agencias de viajes y tour operadores, emisoro, receptoro y nacional. Busca representar al canal de distribución y velar por un entorno favorable para el desarrollo de las empresas socias. Propicia el desarrollo del sector y de la industria turística, de manera sustentable y competitiva, con énfasis en la calidad de los servicios e innovación en las empresas. Es socio de Fedetur.
<b>ACHIGA</b>	Asociación Chilena de Gastronomía	Fundada el 31 de enero de 1980, vela por los intereses y el desarrollo del sector gastronómico de Chile. Reúne a las principales empresas del sector gastronómico, la integran restaurantes, cadenas de comida rápida, servicios de alimentación institucional y empresas proveedoras del sector (socios colaboradores), con más de 2.000 puntos de venta en el país. Es socio de Fedetur.
<b>ACHILA</b>	Asociación Chilena de Líneas Aéreas	Asociación Chilena de Línea Aéreas reuniendo a las más importantes aerolíneas nacionales y extranjeras.
<b>ACHITUR</b>	Asociación Chilena de Turismo Rural	Tiene como objetivo convertirse en la instancia por excelencia para promover el desarrollo del turismo en las zonas rurales del país, representar y asesorar a los pequeños agricultores dedicados al turismo rural en Chile. ACHITUR está conformada por empresas ubicadas a lo largo de Chile, desde la Región de Antofagasta hasta la Región de Magallanes, entre las cuales, se ofrece un programa que comprende los servicios de alojamiento, alimentación y actividades adicionales.
<b>AMTC</b>	Asociación de Municipalidades Turísticas	Su objetivo es fomentar, gestionar y apoyar al desarrollo turístico municipal a través del desarrollo de acciones y proyectos que beneficien a las comunas asociadas.
<b>AMUCH</b>	Asociación de Municipalidades de Chile	Institución con rol de innovación y excelencia, a través de la formación, capacitación y el apoyo a sus autoridades políticas y técnicas, con el fin de fortalecer la descentralización y asociatividad en el Estado. Funciona como centro de pensamiento y generador de contenidos como estudios, encuestas y publicaciones editoriales que abarcan diferentes temáticas .
<b>AMUR</b>	Asociación de municipios rurales	Asociación de carácter inter regional, con la finalidad de coordinar los requerimientos y competencias para cada comuna rural de Chile, actuando como un ente catalizador de propuestas de políticas públicas para el mundo rural.
<b>ANTI</b>	Asociación Nacional de Turismo Indígena	Fortalecer el turismo indígena del territorio de Chile para el buen vivir de la humanidad. Posicionar al turismo indígena como un segmento líder del turismo sustentable basado en la protección de nuestros territorios y sus bondades naturales y culturales.
<b>APROTUR</b>	Asociación de Profesionales y técnicos del Turismo en Chile	Profesionales y técnicos titulados de carreras de turismo, hotelería y/o gastronomía de distintas instituciones de educación superior del país que tienen como propósito lograr el desarrollo sustentable de la actividad turística nacional.
<b>APTUR CHILE</b>	Asociación de Periodistas de Turismo en Chile	Los principales objetivos de APTUR son trabajar con todos los medios disponibles en beneficio del desarrollo del turismo en Chile y el mundo, estimular la comprensión, armonía y convivencia entre sus miembros y cooperar para estrechar los lazos de solidaridad entre los pueblos de América y el mundo, lograr y mantener el reconocimiento profesional del periodista de turismo en los sectores público y privado, establecer relaciones con entidades que compartan estos mismos objetivos, así como con instituciones públicas y privadas dedicadas al desarrollo del turismo, velar por la vigencia del derecho a la información y por la libertad de expresión del pensamiento.

<b>ORGANISMO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN</b>
<b>ASETUR CHILE</b>	Asociación Nacional de Estudiantes de Turismo de Chile	Asociación que busca organizar a los estudiantes de turismo de Chile a nivel institucional, zonal y nacional.
<b>ASÍ CONSERVA CHILE</b>	Asociación de Iniciativas de Conservación en Áreas Privadas y de Pueblos Originarios de Chile.	Promueve el desarrollo sustentable y la conservación de la biodiversidad a través de la coordinación de áreas protegidas privadas y de pueblos originarios en conjunto con distintas personas naturales y/o jurídicas interesadas en la conservación de la biodiversidad, el desarrollo económico y la integración de la comunidad.
<b>ASOCIACIÓN DE GUÍAS TURÍSTICOS</b>	Asociaciones de Guías Turísticos	Promover la profesionalización de la actividad y representar al gremio frente al sector público y privado.
<b>ASOCIACIÓN DE MUJERES EN TURISMO</b>	Asociación de Mujeres en Turismo	Red colaborativa de mujeres en turismo que promueva la innovación, la sustentabilidad y el crecimiento del rubro; facilitando conexiones, alianzas territoriales, nacionales e internacionales; fortaleciendo las capacidades; visibilizando liderazgo y experiencias.
<b>ASOCIACIÓN GASTRONÓMICA</b>	Asociaciones Gastronómicas	Reúne a empresas del sector gastronómico.
<b>ASOCIACIÓN GREMIAL DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS</b>	Asociaciones de alojamientos turísticos	Reúne a empresas del sector de alojamientos turísticos.
<b>CÁMARAS DE COMERCIO</b>	Cámaras de Comercio	Organización formada por empresarios, dueños de pequeños, medianos o grandes comercios con el fin de elevar la productividad.
<b>CÁMARAS DE TURISMO</b>	Cámaras de Turismo	Organizaciones formadas por empresarios, dueños de pequeñas, medianas o grandes empresas turísticas.
<b>CHILESERTUR</b>	ChileSertur AG	Representa a pequeños y medianos empresarios y emprendedores de la industria turística nacional. Su objetivo es promover la racionalización, desarrollo y protección de la actividad común de sus asociados, personas naturales o jurídicas que desempeñan como actividad principal en los sectores de alojamiento; turismo; prestadores de servicios turísticos y/o gestores culturales.
<b>CID</b>	Centro de Impacto Digital	El Centro de Impacto Digital (CID) Turismo de FEDETUR implementa el Programa Digital de Impacto Productivo (PDIP), que busca que las micro y pequeñas empresas turísticas de la Región del Maule fortalezcan sus capacidades internas para enfrentar los desafíos de la economía digital, aumenten su productividad y obtengan resultados económicos positivos.

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>CNC</b>	Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo	Reúne a empresas y gremios vinculados a estos tres sectores económicos del país. Su objetivo es representar al comercio, servicios y turismo de Chile mediante la colaboración y participación del mundo público-privado para lograr el óptimo desarrollo del país.
<b>CODEFF</b>	Comité Pro-Defensa de la Flora y Fauna	Organización no gubernamental, ciudadana, nacional y participativa, cuyo objetivo es incentivar la conservación de la naturaleza, el medioambiente y el desarrollo sustentable.
<b>CONSETUR</b>	Comité de Turismo Cámara Nacional de Comercio	Organismo técnico-gremial constituido en la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, cuyo principal objetivo es liderar y promover la unidad total de los gremios empresariales del turismo, constituyéndose en su máximo representante e interlocutor válido ante la comunidad y el Gobierno y transformándose en la contraparte privada de Sernatur.
<b>CORPORACIÓN DE PUERTOS</b>	Corporación de Puertos	Promover el progreso de la industria de cruceros en Chile a través del estudio de los factores que afectan o influyen en su desarrollo, la interacción con los principales actores del sector público y privado y la participación activa en las acciones o actividades que se realizan en pos de su crecimiento.
<b>CORPORACIÓN PALEONTOLOGÍA ATACAMA</b>	Coporación Paleontología Atacama	Corporación de Investigación y Avance de la Paleontología e Historia Natural de Atacama CIAHN- Atacama. Falta el texto descriptivo
<b>CONVENTION BUREAU</b>	Convention Bureau	Entidad que se encarga de la promoción del destino al que representa como lugar idóneo para acoger eventos profesionales.
<b>CREO ANTOFAGASTA BHP</b>	Yo creo en Antofagasta	Espacio de encuentro de la institucionalidad pública, privada, la ciudadanía y la academia, que busca contribuir a mejorar la calidad de vida de la ciudad de Antofagasta.
<b>FEDETUR</b>	Federación de Empresas de Turismo de Chile	Agrupación de asociaciones gremiales, a sus miembros y a empresas turísticas individuales. Se crea en marzo de 2009 con el fin de representar al sector turístico privado para trabajar junto al Estado las políticas públicas, leyes u otras acciones que permitan desarrollar todo el potencial del turismo en Chile.
<b>GREMIOS REGIONALES</b>	Gremios regionales	Agrupaciones de empresas a lo largo del país, en materia turística u otros de interés.
<b>HOTELGA</b>	Hotelga	Hotelga es el encuentro de negocios – para quienes gestionan establecimientos hoteleros y gastronómicos, en búsqueda de productos, servicios y novedades del sector para tomar decisiones respecto a sus futuras compras e inversiones.. Sus objetivos son: modernizar instalaciones, renovar equipamiento, adecuar sistemas y perfeccionar la gestión de sus empresas con las mejores propuestas.
<b>HOTELEROS DE CHILE</b>	Asociación Gremial de Hoteleros de Chile	Contribuir al desarrollo de la industria y de las empresas de alojamiento turístico, representándolas frente al Estado, proveedores, comunidad empresarial y medios de comunicación. Socio de Fedetur.

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>PROTUR BIOBÍO AG</b>	Asociación Gremial de Turismo y Cultura de la región del Biobío y Ñuble	Protur Biobío AG, es un organismo que agrupa a los empresarios del rubro, representando los intereses de sus asociados en vías del desarrollo y crecimiento del sector.
<b>UICN</b>	International Union for Conservation of Nature	Unión de miembros compuesta por organizaciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil. La UICN cuenta con la experiencia, los recursos y el alcance de sus más de 1.400 organizaciones miembro y los aportes de más de 18.000 expertos.

## PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>CONCESIONARIOS DE AEROPUERTOS</b>	Concesionarios de Aeropuertos	Empresas que administran aeropuertos.
<b>PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS</b>	Prestadores de servicios turísticos	Cualquier persona natural o jurídica, con independencia de que pertenezca al sector público o al privado, que venda, ofrezca para su venta, suministre o se comprometa a suministrar un servicio turístico a turistas. PE: Alojamiento, restaurantes y similares, agencias de viajes, tour operador, transporte terrestre, transporte aérea, transporte ferroviario, servicios culturales, ventas de artesanías, etc.

## PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>RIEST</b>	Red de instituciones de educación superior Turismo	Instancia que representa a las instituciones educativas que forman profesionales en las áreas del turismo, la hospitalidad y la gastronomía a lo largo de todo Chile. Su propósito es fortalecer los lazos de cooperación entre las instituciones socias para colaborar con los actores del sector público y privado en el fortalecimiento del capital humano turístico y de la industria del turismo nacional.
<b>SOCIETUR</b>	Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile	Corporación académica y científica integrada por personas que por su preparación científica se dediquen al estudio, investigación y difusión de las ciencias y técnicas vinculadas a la actividad turística. Área de investigación el turismo y todo cuanto diga relación con dicha actividad, tanto desde la perspectiva social, cultural y económica, como desde las ciencias ambientales, la historia, el derecho y todas aquellas disciplinas que abordan temáticas relacionadas con los viajes, el desplazamiento de turistas y las actividades destinadas a brindar servicios para su adecuado desarrollo.

## ORGANISMOS INTERNACIONALES

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>ALIANZA PACÍFICO</b>	Alianza del Pacífico	Iniciativa económica y de desarrollo entre cuatro naciones de América Latina: Chile, Colombia, México y Perú. Este es un mecanismo de articulación política, económica, de cooperación e integración que busca encontrar un espacio para impulsar un mayor crecimiento y mayor competitividad de las cuatro economías que la integran.
<b>BID CHILE</b>	Banco Interamericano de Desarrollo en Chile	Trabaja para mejorar la calidad de vida en América Latina y el Caribe. Busca mejorar la salud, la educación y la infraestructura a través del apoyo financiero y técnico a los países que trabajan para reducir la pobreza y la desigualdad. Su objetivo es alcanzar el desarrollo de una manera sostenible y respetuosa con el clima. Respaldo del turismo en América Latina y el Caribe mediante financiamiento de programas orientados a aumentar el valor de esas zonas. El BID resguarda la innovación en el diseño y la implementación de políticas de turismo, así como la adopción de nuevas tecnologías de gestión y transferencia del conocimiento, con el objetivo de mejorar el desempeño y la eficiencia de todo el sector turístico.
<b>CEPAL</b>	Comisión Económica para América Latina	Es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas. Se fundó para contribuir al desarrollo económico de América Latina, coordinar las acciones encaminadas a su promoción y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y con las demás naciones del mundo. Posteriormente, su labor se amplió a los países del Caribe y se incorporó el objetivo de promover el desarrollo social.
<b>WINTA</b>	World Indigenous Forum Alliance	La Alianza Mundial de Turismo Indígena es una red global liderada por Indígenas de pueblos y organizaciones Indígenas y no Indígenas que buscan dar expresión práctica a la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, a través del turismo.
<b>DIBAM</b>	Dirección de Bibliotecas, archivos y museos	Gestionar el reconocimiento, el resguardo y el acceso al patrimonio y la memoria, de forma participativa y en su diversidad, para generar conocimiento y contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas.
<b>FAO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura	Su objetivo es lograr la seguridad alimentaria para todos, y al mismo tiempo garantizar el acceso regular a alimentos suficientes y de buena calidad para llevar una vida activa y sana. Con más de 194 Estados miembros, la FAO trabaja en más de 130 países.
<b>FOLATUR</b>	Foro Latinoamericano de Turismo	Conformado por 11 asociaciones y federaciones de agencias de viajes de Latinoamérica. Busca promover y velar por el desarrollo del canal de distribución de la industria turística, estudiar y estimular el análisis de la problemática del turismo en la región y promover la colaboración entre las asociaciones que la conforman.
<b>IITP</b>	Instituto Internacional para la Paz a través del Turismo	Organización internacional sin fines lucrativos dedicada a promover y facilitar iniciativas turísticas que contribuyan al entendimiento internacional y a la cooperación, a mejorar la calidad del medio ambiente, a preservar el patrimonio, y a través de todas estas iniciativas se ayude a conseguir un mundo en paz y sostenible.
<b>ISTO</b>	Organización Internacional de Turismo Social	Promover el desarrollo del turismo para todos y hacer que la salida de vacaciones sea accesible al mayor número de personas. Promover y apoyar un turismo que se encuentre al servicio de las personas, de las comunidades y de los territorios, y se identifique con términos como turismo responsable, solidario, justo o comunitario.

<b>OCEANA</b>	Oceana	Organización internacional dedicada exclusivamente a proteger los océanos del mundo. Oceana fue creada en 2001 por un grupo de fundaciones: The Pew Charitable Trusts, Oak Foundation, Marisla Foundation (anteriormente Homeland Foundation) y el Rockefeller Brothers Fund.
<b>OCDE</b>	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico	En colaboración con gobiernos, responsables de políticas públicas y ciudadanos, trabajan para establecer estándares internacionales y proponer soluciones basadas en datos empíricos a diversos retos sociales, económicos y medioambientales.
<b>OMT</b>	Organización Mundial del Turismo	Organismo de las Naciones Unidas, encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos. Posee un área destinada a la transformación digital.
<b>PNUD</b>	PNUD Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo	Red global que promueve los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los derechos humanos y la equidad de género, y brindamos asistencia técnica a fin de alcanzar un desarrollo humano sostenible teniendo en cuenta las prioridades del país
<b>UNESCO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación	Contribuir a la consolidación de la paz mediante la cooperación internacional en materia de educación, ciencia y cultura
<b>WTTC</b>	Consejo Mundial de Viajes y Turismo	Es la autoridad mundial en la contribución económica y social de Viajes y Turismo. WTTC promueve el crecimiento sostenible para el sector de viajes y turismo, trabajando con gobiernos e instituciones internacionales para crear puestos de trabajo, impulsar las exportaciones y generar prosperidad. Los miembros del consejo son los presidentes, presidentes y directores ejecutivos de las principales empresas de viajes y turismo del sector privado del mundo. Su misión es maximizar el potencial de crecimiento inclusivo y sostenible del sector de viajes y turismo al asociarse con gobiernos, destinos, comunidades y otras partes interesadas para impulsar el desarrollo económico, crear empleos, reducir la pobreza, la seguridad y la comprensión en nuestro mundo.

## FUNDACIONES Y ONG'S

<b>ORGANISMO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN</b>
<b>FUNDACIÓN LEGADO CHILE</b>	Fundación Legado Chile	Es una organización sin fines de lucro que crea, gestiona y articula proyectos de conservación del patrimonio natural para contribuir al desarrollo sostenible del país.
<b>REWILDING CHILE</b>	Rewilding Chile	Antes conocido como Fundación Tompkins Conservation es un organismo que busca reflejar el trabajo que ha impulsado desde 1992, cuando Kristine y Douglas Tompkins comenzaron los proyectos de conservación en la Patagonia chilena.
<b>MARCA CHILE</b>	Fundación Imagen de Chile	Institución que tiene como misión promover Chile de manera global, generando reconocimiento, reputación y preferencia a partir de sus elementos positivos y diferenciadores, de manera que el mundo conozca y opte por Chile en todas sus dimensiones, contribuyendo así a su competitividad y bienestar.
<b>TNC</b>	The Nature Conservancy	Organización ambiental global, sin ánimos de lucro, que trabaja para crear un mundo en el que las personas y la naturaleza puedan prosperar.

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>THE PEW CHARITABLE TRUSTS</b>	The Pew Charitable Trusts	Organización independiente, sin fines de lucro. Su misión es servir al interés público mejorando las políticas públicas, informando al público y fortaleciendo la vida cívica.
<b>WCS</b>	Wildlife Conservation Society	Organización internacional de conservación de la vida silvestre y de sus hábitats naturales, fundada en Nueva York en 1895, que opera a nivel global. WCS cuenta con cerca de 500 programas de conservación en más de 60 países y 15 áreas prioritarias. Chile es uno de ellos, siendo parte también del programa de conservación de la Patagonia.
<b>WWF</b>	World Wildlife Fund	WWF trabaja para ayudar a las comunidades locales a conservar los recursos naturales de los que dependen; transformar los mercados y las políticas hacia la sostenibilidad; y proteger y restaurar especies y sus hábitats.

## COMUNIDADES LOCALES

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>COMITÉS AMBIENTALES</b>	Comités Ambientales Comunales	Entidad participativa para la gestión ambiental local, cuyos principios son la participación, la responsabilidad, la prevención y el seguimiento.
<b>COMUNIDADES INDÍGENAS</b>	Comunidades indígenas	Comunidades indígenas de diferentes territorios, que se vinculan o potencialmente podrían vincularse con el turismo rural.
<b>COMUNIDADES LOCALES SECTORES TURÍSTICOS</b>	Comunidades Locales	Comunidades de diferentes territorios con vocación turística, que se vinculan o potencialmente podrían vincularse con el turismo rural.
<b>CORPORACIONES MUNICIPALES</b>	Corporaciones municipales de desarrollo turístico	Corporación que reúne las municipalidades de Chile.
<b>MESAS DE TURISMO REGIONALES</b>	Mesas de Turismo Regionales	Instancia de diálogo que se da como resultado de las necesidades emanadas desde este sector producto de diversos temas que afectan al sector turístico.



## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ORGANISMO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN / PRESENTACIÓN
<b>EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES</b>	Empresas de Telecomunicaciones	Proveedores de servicios tales como telefonía móvil y fija, internet fibra óptica, satelital y móvil, televisión y otros servicios adicionales.
<b>MEDIOS DE PRENSA NACIONALES E INTERNACIONALES</b>	Medios de prensa nacionales e internacionales	Diferentes medios de prensa de diverso alcance.
<b>PLATAFORMAS (OTAS)</b>	Tripadvisor, Booking, RBNB, otros	Plataformas que permiten la promoción y comercialización. OTA: Online Travel Agency.
<b>RRSS</b>	Redes sociales	Permiten promocionar servicios, trabajar colaborativamente, identificar oportunidades, entre otros.

## CONTRIBUCIÓN DE LA ENT 2030 A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



El turismo en Chile se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo, y su incidencia en el crecimiento económico inclusivo y sostenible de las economías locales, se vincula con los objetivos establecidos para los pilares **Sustentabilidad económica, social y ambiental y Desarrollo regional**. En concreto, avanzar en el cumplimiento de las metas establecidas para los lineamientos estratégicos **Desarrollo, fomento y gestión del turismo y Desarrollo económico, social, cultural y ambiental de los destinos** puede ser un importante aporte para la reducción de la pobreza y al empoderamiento de los grupos menos favorecidos del país.



Acorde a la OMT, el turismo tiene la capacidad de estimular la productividad agrícola al promover la producción, el uso y la venta de productos locales en los destinos turísticos y su plena integración en la cadena de valor del sector. Además, el agroturismo puede complementar las actividades agrícolas tradicionales. Avanzar en la implementación del lineamiento **Desarrollo económico, social y ambiental de los destinos**, establecido para el pilar **Desarrollo regional**, a través de la ampliación de la cantidad y tipo de servicios asociados al agroturismo puede ayudar a alcanzar la soberanía alimentaria del país y a la consecución del ODS "Hambre Cero".



La contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo de los países también tiene un efecto importante en la salud y el bienestar de las personas. A su vez, avanzar en las metas de accesibilidad establecidas para el lineamiento **Accesibilidad, inclusión, equidad e igualdad de género**, establecido para el pilar **Sustentabilidad económica, social y ambiental**, facilita que más personas puedan acceder a espacios turísticos naturales y culturales, que contribuyen a mejorar el bienestar y la salud física y mental de las personas.



Para que el turismo prospere hace falta una fuerza de trabajo debidamente formada y competente. El fortalecimiento del capital humano en el turismo y la generación de capacidades digitales de las personas vinculadas a toda la cadena productiva asociada a la industria constituye un eje transversal y fundamental para el cumplimiento de parte importante de las metas establecidas en los **cuatro pilares de la ENT 2030**. En particular, los medios dedicados a la educación deberían beneficiar a los jóvenes, las mujeres, las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas con necesidades especiales, ya que el turismo tiene la capacidad de promover la inclusividad, los valores de una cultura de tolerancia y de paz.



El turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples formas, y en particular mediante la provisión de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas, grandes, medianas y pequeñas relacionadas con el turismo. Siendo uno de los sectores económicos con alto porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras, avanzar en el cumplimiento de las metas establecidas para el lineamiento estratégico **Accesibilidad, inclusión, equidad e igualdad de género**, definido para el pilar **Sustentabilidad económica, social y ambiental**, puede servir para liberar el potencial de las mujeres y ayudarlas a participar plenamente y a avanzar en equidad en todos los ámbitos de la sociedad.



El turismo puede aportar para lograr el acceso al agua y la seguridad, así como la higiene y el saneamiento para todos. El uso eficiente del agua en el sector turístico, unido a medidas de seguridad apropiadas, gestión de aguas residuales, control de la contaminación y eficiencia tecnológica, en línea con una gestión sustentable del uso turístico en espacios naturales, la implementación de soluciones basadas en la naturaleza y la puesta en valor de servicios ecosistémicos, como establece el lineamiento **Gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo**, definido para el pilar **Sustentabilidad económica, social y ambiental**, puede contribuir al cuidado y preservación de las fuentes de agua y recursos hídricos del país.



Siendo un sector que requiere una aportación energética significativa, el turismo puede acelerar el cambio hacia las energías renovables e incrementar su cuota en la matriz energética nacional. En concreto, implementar actuaciones en el ámbito de la eficiencia energética y la inversión en proyectos de generación distribuida, en línea con las metas establecidas para el lineamiento estratégico **Gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo**, establecido para el pilar **Sustentabilidad económica, social y ambiental**, puede ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático e implantar soluciones energéticas nuevas e innovadoras en áreas urbanas, regionales y remotas del país.



El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico de Chile y el mundo. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9 del ODS: «Hasta 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» y se encuentra directamente asociado al cumplimiento de las metas establecidas en el lineamiento estratégico **Desarrollo, Fomento y Gestión del Turismo** establecido para el pilar **Sustentabilidad económica, social y ambiental**.



El desarrollo del turismo necesita infraestructura pública y de origen privado de calidad y un entorno innovador. Avanzar en las metas de innovación en el servicio turístico, digitalización, competitividad, e inversión en modernización de infraestructura turística y accesibilidad, establecidas transversalmente en los **cuatro pilares de la ENT 2030**, puede ayudar a contribuir a modernizar la industria turística nacional, haciéndola más sostenible, más eficiente en términos de empleo de recursos y más limpia, ya que todo ello puede ser una forma de atraer a los turistas y a otras fuentes de inversión extranjera. Todo ello debería facilitar, además, una industrialización más sostenible del sector, algo necesario para el crecimiento económico, el desarrollo y la innovación.



El turismo puede ser una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad si involucra en su desarrollo a la población local y a todos los agentes clave. Avanzar paralela y coordinadamente en el cumplimiento de las metas establecidas para los lineamientos estratégicos de los **cuatro pilares de la ENT 2030** puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, y a reducir los desequilibrios regionales que existen en el país, brindando a las comunidades la oportunidad de prosperar en su lugar de origen.



El turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar la infraestructura urbana y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende el turismo. Una mayor inversión en infraestructura verde (transportes más eficientes y limpios, conservación de los sitios de patrimonio natural y cultural y aumento de áreas verdes), en concordancia con los lineamientos estratégicos definidos de forma transversal para los **cuatro pilares de la ENT 2030** debiese contribuir a crear ciudades más inteligentes y verdes de las que podrían beneficiarse no solo sus habitantes, sino también los turistas.



Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la transición hacia la sostenibilidad. En concreto, la creación de una oferta de servicios turísticos que minimicen los impactos en el medio ambiente y genere actuaciones en el ámbito de la eficiencia energética y economía circular en empresas turísticas, tal como promueve el lineamiento estratégico **Gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo**, definido para el pilar **Sustentabilidad económica, social y ambiental**, puede ayudar a contribuir a alcanzar la meta 12.b del objetivo 12: «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».



Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la lucha contra uno de los retos más apremiantes de nuestra época, el cambio climático. Por ello, resulta fundamental implementar acciones en el ámbito de la eficiencia energética, movilidad sostenible, "turismo cero emisiones" y la generación de capacidades y condiciones habilitantes para adaptarse y enfrentar los efectos actuales y futuros del cambio climático que promueven los lineamientos estratégicos **Gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo e Infraestructura** para el desarrollo turístico definidos para los pilares **Sustentabilidad económica, social y ambiental** y **Desarrollo regional** respectivamente.



El desarrollo del turismo debe formar parte de una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar los ecosistemas marinos frágiles y servir de vehículo para promover la economía azul, en consonancia con la meta 14.7: «Hasta 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». En esta línea, el impulso de los lineamientos estratégicos **Gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo y Desarrollo económico, social y ambiental de los destinos**, establecidos para los pilares **Sustentabilidad económica, social y ambiental** y **Desarrollo regional** respectivamente, resulta fundamental avanzar en la implementación de programas e iniciativas turísticas enfocadas en reducir la huella ambiental de las operaciones turísticas en ecosistemas submarinos.



El turismo sostenible puede desempeñar un papel importante, no solo en la conservación y la preservación de la biodiversidad, sino también en el respeto de los ecosistemas terrestres, debido a sus esfuerzos por reducir los residuos y el consumo, la conservación de la flora y la fauna autóctonas, y las actividades de sensibilización. Avanzar en el desarrollo de los lineamientos estratégicos **Gestión medioambiental, territorial y patrimonial del turismo** y **Desarrollo económico, social y ambiental de los destinos**, establecidos para los pilares **Sustentabilidad económica, social y ambiental** y **Desarrollo regional** respectivamente, resulta fundamental para la implementación de programas e iniciativas turísticas enfocadas en reducir la huella ambiental de las operaciones turísticas en ecosistemas terrestres.



El turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, por ello el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural, asentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. Avanzar de forma transversal en los lineamientos estratégicos establecidos en los **cuatro pilares de la ENT 2030** puede contribuir a desarrollar un turismo sostenible, que beneficia e involucra a las comunidades locales, que refuerce la identidad cultural y fomente actividades empresariales, ayudando así a evitar la violencia y el conflicto y a consolidar la paz.



Debido a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las asociaciones público-privadas y de involucrar a múltiples agentes interesados - internacionales, nacionales, regionales y locales - para trabajar conjuntamente con el fin de alcanzar los ODS y otros objetivos comunes. Para ello, resulta primordial impulsar el **Fortalecimiento de la gestión turística local los territorios** mediante el establecimiento de mecanismos de cooperación entre organismos del Estado, ONG's, municipios, actores locales y prestadores de servicios turísticos para propiciar el desarrollo de la industria turística regional, así como para generar una cultura turística en el país, tal como promueve el pilar **Experiencia del turista de la ENT 2030**.

## EXPERIENCIAS TURÍSTICAS PRIORIZADAS A ENERO 2022

### A) TURISMO GASTRONÓMICO

La experiencia del visitante está vinculada con la comida, productos y actividades afines por medio de la creación de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, visitas a productores locales, participación en festivales gastronómicos y asistencia a clases de cocina.

*Ejemplos de iniciativas y programas vinculados:*

- **Saborea Chile:** eventos regionales generadores de instancias de diálogo y activaciones en terreno entre actores regionales, nacionales e internacionales, para compartir tendencias, aprendizajes y experiencias vinculadas a gastronomía, capaces de potenciar el desarrollo y posicionamiento del turismo gastronómico a nivel regional y nacional.
- **Estrategia Turismo Gastronómico:** elaboración de lineamientos y estrategias para impulsar el turismo gastronómico en Chile, considerando un enfoque participativo que permita rescatar las características e identidades regionales y un plan de activación a nivel nacional con la participación de diferentes actores clave.

### B) ENOTURISMO

La experiencia del visitante está relacionada con el conjunto de actividades económicas de naturaleza turística en un territorio determinado, directamente relacionadas con la cultura del vino, como por ejemplo visitas a viñedos y bodegas, realización de catas y consumo y/o compras de vino, entre otras.

*Ejemplos de iniciativas y programas vinculados:*

- **Curso de guías de Enoturismo:** implementación, a nivel nacional, de curso B-learning para guías de turismo con mención en enoturismo..
- **Market Ready Enoturismo:** programa de fortalecimiento de capacidades para la comercialización de servicios de enoturismo a nivel local, nacional o internacional.

### C) ASTROTURISMO

El astroturismo comprende las actividades recreativas y/o educativas que se desarrollan en torno al cosmos, los fenómenos astronómicos y las maneras de comprenderlos, tales como visitas a observatorios turísticos, grandes observatorios, instalaciones científicas y planetarios, toma de astrofotografías, excursiones al aire libre para observar el cielo nocturno y asistencia a charlas, cursos y/o talleres, entre otros.

*Ejemplos de iniciativas y programas vinculados:*

- **Plan de homologación y capacitación de Guías de Astroturismo Región de Coquimbo:** su objetivo es fortalecer la calidad del capital humano asociado al turismo astronómico mediante curso e-learning de turismo astronómico.
- **Programa Formación Astroturismo Araucanía:** PFC de Astroturismo y cosmovisión Mapuche.

### D) TURISMO INDÍGENA

Consiste en aquella actividad turística ejecutada y dirigida por comunidades, familias y/o personas indígenas, que se desenvuelve en un espacio urbano, rural o natural históricamente ocupado por pueblos indígenas, conjugando sus costumbres y tradiciones, ancestrales y contemporáneas, fomentando de ese modo un proceso de intercambio cultural con el visitante o turista.

*Ejemplos de iniciativas y programas vinculados:*

- **Market Ready:** adaptación del modelo canadiense "Market Ready" a la realidad de las empresas indígenas chilenas.
- **Sello Indígena:** reconocimiento formal otorgado a prestadores de servicios turísticos con pertinencia indígena.

## E) TURISMO RURAL

Actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados, por lo general, con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca deportiva y la visita a lugares de interés, entre otros.

*Ejemplos de iniciativas y programas vinculados:*

- **Cursos de Turismo Rural:** cursos de capacitación a usuarios y familiares de éstos en temáticas vinculadas al turismo rural.
- **Implementación Soluciones Sanitarias Sustentables:** tiene como objetivo brindar apoyo a servicios turísticos localizados en zonas de excepción, con el doble fin de facilitar su formalización en situaciones de escasez del recurso hídrico y mejorar la calidad de la experiencia del usuario.

## F) TURISMO AVENTURA

Es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural y la interacción y cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo.

*Ejemplos de iniciativas y programas vinculados:*

- **Diseño e implementación de hoja de ruta para el turismo aventura en Chile (AdventurePro):** contempla foco en liderazgo, visión estratégica, marco legal, normativas, construcción de capacidades, certificación y fiscalización.
- **Plan Nacional de Impulso al Turismo de Aventura y Naturaleza en Montaña:** impulsar a nivel nacional el desarrollo de experiencias turísticas de aventura, naturaleza y deportivas en montaña.

## G) TURISMO DE NATURALEZA

El turismo de naturaleza busca fomentar, potenciar y fortalecer la visita de chilenos y extranjeros a espacios naturales, propiciando experiencias memorables que generen conexión entre los visitantes y los territorios. Es un tipo de turismo que espera ser aun aporte a la conservación, tanto del patrimonio natural como cultural, generando beneficios en las comunidades receptoras y propiciando el desarrollo local.

*Ejemplos de iniciativas y programas vinculados:*

- **Guía de estándares para la gestión turística en áreas protegidas:** busca entregar lineamientos a modo de estándares para orientar sobre el uso turístico dentro de las áreas protegidas, y también, sobre la oferta turística del entorno.
- **Programa Anfitriones:** tiene como objetivo el desarrollo de la oferta y servicios turísticos junto a las comunidades aledañas a parques nacionales, así como fomentar los emprendimientos locales.







Como Gobierno estamos comprometidos con la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente, por lo que este material fue elaborado en papel 100% reciclable y en una imprenta certificada.

Para cuidar nuestro planeta todos los esfuerzos cuentan, por lo que solicitamos que una vez terminada su vida útil, sea depositado en un contenedor apto para papel.