



POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE, **SANTIAGO** **2025-2035**





POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE 2035 | REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO

La Política Regional de Turismo, de la región Metropolitana de Santiago ha sido formulada durante el año 2025 y aprobada por el Consejo Regional el 19 de diciembre de 2025. En su formulación ha participado el equipo institucional del Gobierno de Santiago, la Corporación Regional de Desarrollo y el equipo consultor de la Universidad San Sebastián, así como diversos directivos y profesionales de los servicios públicos de la región, de la industria, la academia y representantes de la sociedad civil.

Gobernador de Santiago
Claudio Orrego Larraín.

Administrador Regional
Manuel Gallardo Soto.

Jefa de División de Fomento e Industria
Fernando CouL Silva.

Jefa de DepaKamento de Ciencia, Tecnología, Innovación y SmaK City
Cristian Blanc Herrera.

Equipo Corporación Regional de Desarrollo
Nicole Sáez Pañero, Gerente General.
Felipe Vásquez Iturra, Gerente de Turismo.

Equipo: Cintia García, Jeniffer Vega, Valentina Vega, Alejandro Leiva, Alejandra Vergara y Claudio Ruz.

Equipo Consultor Universidad San Sebastián
Claudia Collipal Pichicon, Directora de Proyecto.
María Carolina Fernández Silva, Directora Vinculación con el Medio Sede Santiago.

Equipos: Profesionales y Académicos Carrera de Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo y Área de Vinculación con el Medio (VcM).

Diseño y Diagramación
Sergio Pérez Jara.

CONTENIDO

1. Palabras del Gobernador Claudio Orrego Larraín	5
2. Introducción.....	6
3. Metodología para la generación de la Política	9
3.1 Etapa 1: Diagnóstico	10
3.2 Etapa 2: Diseño y redacción por misiones.....	11
3.3 Etapa 3: Plan de acción	13
3.4 Proceso de participación ciudadana	13
4. Radiografía de la actividad turística.....	16
4.1 Panorama actual del turismo internacional	16
4.2 Panorama actual del turismo en Chile	18
4.3 Santiago turístico en cifras	24
4.4 Brechas y oportunidades del turismo en la ciudad de Santiago.....	31
4.5 Experiencias turísticas con mayor potencial de desarrollo en la región	36
4.6 Perspectiva ciudadana: Un Santiago turístico al 2035.....	37
4.7 Benchmark internacional para el desarrollo turístico de la ciudad de Santiago	40
5. Política Regional de Turismo de Santiago	45
5.1 Imagen objetivo	46
5.2 Misiones de la Política Regional de Turismo	48
6. Plan de acción.....	52
7. Integración y vinculación de políticas de Santiago.....	64
8. Gobernanza en la Política Regional de Turismo.....	67
9. Sistema de monitoreo y seguimiento de la Política Regional de Turismo.....	71
10. Glosario.....	76
11. Referencias bibliográficas	78

Cerro Santa Lucía



1. PALABRAS DEL GOBERNADOR CLAUDIO ORREGO LARRAÍN



Con mucho orgullo me dirijo a ustedes para presentarles la primera política de turismo de la ciudad de Santiago. Este es un hito que nos invita a pensar y soñar el Santiago turístico al 2035.

Como Gobierno de Santiago, hemos identificado en el turismo un importante motor de desarrollo económico para la ciudad, que releva el respeto por el medio ambiente, las comunidades y el patrimonio, generando más de 350 mil empleos en nuestra región.

Santiago es más que la capital de Chile, es también la capital del vino, de montañas, de congresos y grandes eventos. Es una ciudad que se posiciona y compite en Latinoamérica como un destino que combina innovación, tecnología y tradición, naturaleza y cultura. Desde los barrios patrimoniales y museos del centro histórico, nuestra majestuosa cordillera de los Andes hasta los viñedos del Valle del Maipo, nos invitan a vivir experiencias únicas que reflejan la identidad y la riqueza de nuestra región.

Quisiera destacar el exitoso proceso participativo para construir esta política, con más de 9.000 voces que levantaron esta hoja de ruta, incorporando los dolores y fortalezas de cada provincia de nuestra región, gremios, los 52 municipios, academia, sociedad civil y todo el ecosistema turístico de nuestra ciudad, haciendo suyo el mensaje de recuperar la ciudad para las personas a través del turismo.

Esta Política Regional de Turismo se enmarca en la construcción de la Estrategia Regional de desarrollo 2024 – 2035 de la ciudad de Santiago, que busca orientar el camino para resolver los desafíos más importantes de la región, como es equilibrar el acceso en cobertura y calidad de bienes y servicios públicos, dotar de mayor seguridad en los espacios públicos, aumentar la movilidad sustentable e inclusiva y proteger nuestro patrimonio natural. Estamos recuperando la ciudad para las personas, recuperando el alma de nuestra ciudad, con identidad de región viva, entretenida, alegre y más colaborativa.

Como Gobernador de Santiago, los invito a impulsar esta política de turismo sostenible, a seguir avanzando juntos en alianza, con diálogo, trabajo y colaboración, para que todos y todas vivamos con dignidad, en pleno desarrollo, convirtiendo al turismo en un motor económico y social para nuestra ciudad

Claudio Orrego Larraín
Gobernador de Santiago

2. INTRODUCCIÓN

La Política Regional de Turismo se concibe como un instrumento estratégico orientado a potenciar el turismo de Santiago como motor de desarrollo sostenible, inclusivo y competitivo, en respuesta a desafíos globales y locales como la transición ecológica, la digitalización, la equidad territorial y la necesidad de fortalecer la gobernanza multisectorial y multinivel. En este contexto, e inspirada en el enfoque de Políticas Orientadas por Misión del BID, la política establece ambiciones que articulan vocaciones estratégicas —enoturismo, turismo

de montaña y naturaleza, turismo MICE y experiencias sostenibles— bajo una visión compartida hacia 2035, proyectando a Santiago como una capital vibrante y resiliente, donde la naturaleza, la aventura, el vino, la cultura y los grandes eventos se combinan para ofrecer experiencias únicas, diversas e inclusivas.

Su construcción se sustentó en un proceso participativo amplio, que integró cabildos provinciales, talleres temáticos y entrevistas con actores estratégicos, complementados por análisis de fuentes primarias y secun-

Teleférico aéreo en la ciudad



darias, que permitió identificar brechas, desafíos y oportunidades para orientar la acción pública y privada. En este marco, el Gobierno de Santiago asume un rol articulador fundamental, promoviendo la coordinación intersectorial, la innovación institucional y la generación de alianzas estratégicas que aseguren la implementación efectiva de la política.

Para avanzar hacia esta imagen objetivo, la política se estructura en torno a cuatro principios rectores y tres misiones transformadoras: Santiago, capital de vino y montañas; Santiago, capital global de negocios y grandes eventos; y Santiago, capital del turismo sostenible, seguro y de calidad. También en nueve áreas programáticas que abarcan planificación, talento humano, desarrollo de oferta sofisticada, promoción nacional e internacional y transformación digital, y un plan de acción con 19 iniciativas o líneas de trabajo que operativizan estas misiones mediante iniciativas concretas en ámbitos como enoturismo, turismo de montaña, turismo rural, turismo MICE, eventos masivos, turismo urbano, patrimonial y gastronómico, turismo inclusivo, seguridad y formalización, fortalecimiento del talento humano y planificación turística. A ello se suman iniciativas estratégicas priorizadas, tales como infraestructura habilitante, marca ciudad turística, digitalización e innovación, gobernanza turística y conciencia ciudadana, junto con iniciativas complementarias que refuerzan cada misión.

Asimismo, la política se vincula con otros instrumentos regionales, como la Estrategia Regional de Desarrollo, la Política de Desarrollo Económico Regional y la Política de Ciencia Tecnología, Conocimiento e Innovación, garantizando coherencia y sinergias con estas, e incorporando de manera transversal la perspectiva de género, como también la Agenda 2030, contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Finalmente, esta Política Regional de Turismo se proyecta como un marco orientador para la planificación local, articulando lineamientos estratégicos en los instrumentos de planificación local, con el propósito de consolidar un modelo turístico sostenible en todo el territorio de la Región Metropolitana de Santiago.



Museo Chileno de Arte Precolombino

Embalse El Yeso



3. METODOLOGÍA PARA LA GENERACIÓN DE LA POLÍTICA

La Política Regional de Turismo de Santiago se sustenta en un enfoque participativo, que potencia su desarrollo mediante un proceso de cocreación. Esta metodología ha involucrado activamente a una diversidad de actores en tres etapas fundamentales: diagnóstico, diseño y redacción por misiones, junto con la elaboración del plan de acción, según se detalla a continuación:

Figura n°1: Etapas proceso de elaboración de la Política Regional de Turismo de Santiago.

Actividades/Etapa Participación ciudadana	Diagnóstico	Diseño y redacción por misiones	Plan de acción
Revisión de fuentes secundarias	☒	☒	☒
Entrevistas en profundidad a actores clave del ecosistema del turismo regional	☒	☒	☒
Taller con encargados de Turismo Municipal	☒	☒	☐
Cabildos provinciales	☒	☒	☒
Encuentros temáticos	☒	☒	☒
Encuestas ciudadanas	☒	☒	☐
Validación técnica	☒	☒	☒
PRODUCTOS	• Radiografía de la actividad turística • Cartografía participativa	• Gran reto • Imagen objetivo • Misiones	• Iniciativas • Evaluación de viabilidad, impacto y pertinencia • Alineación con otras políticas públicas nacionales y regionales • Propuesta de gobernanza • Sistema de monitoreo e indicadores.

Fuente: Elaboración propia. (2025).

3.1 Etapa 1: Diagnóstico

La fase diagnóstica permitió construir una visión integral del turismo en la región, abordando sus principales dimensiones. Se analizó de manera integral el contexto histórico del sector, las condiciones de mercado, el capital humano, la sostenibilidad, así como las principales proyecciones y tendencias de la actividad turística, complementado con un análisis FODA que sintetiza fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector.

Para ello, se aplicó una metodología mixta que combinó:

- Revisión de fuentes secundarias: Se revisó bibliografía, estudios previos, estadísticas oficiales y documentos estratégicos, con el objetivo de construir un diagnóstico integral de la actividad turística a nivel nacional y regional. Este análisis permitió identificar tendencias internacionales, establecer líneas de base y orientar la prospección de acciones estratégicas, como insumo clave para la formulación de la Política Regional de Turismo proyectada al 2035.
- Talleres con encargados de turismo municipal: Se trató de la primera actividad participativa del proceso, orientada al levantamiento del FODA regional y la aplicación de cartografía participativa. Esta instancia permitió identificar colectivamente nuevos recursos naturales y culturales con potencial para ser atractivos turísticos, integrando el conocimiento territorial en la toma de decisiones y sentando las bases para una política construida desde los territorios.
- Entrevistas en profundidad a actores clave del ecosistema turístico: Se realizaron entrevistas a autoridades, representantes del sector privado, instituciones académicas y organizaciones de la sociedad civil, con el objetivo de incorporar sus perspectivas como informantes estratégicos, reconocer iniciativas en curso y reforzar el análisis FODA regional en materia turística.
- Encuentros con grupos focales especializados en enoturismo; turismo de montaña y aventura; y turismo MICE: Se llevaron a cabo con el fin de recoger percepciones cualitativas sobre los desafíos y oportunidades del sector y reforzar el análisis FODA regional.
- Encuesta Ciudadana: Se aplicó una encuesta ciudadana de alcance masivo, dirigida a personas vinculadas a distintos ámbitos del turismo regional, incluyendo turistas y habitantes de la región. Esta herramienta permitió recoger una mirada amplia y diversa sobre las potencialidades y desafíos del territorio, integrando percepciones locales en el proceso de diseño de la política.
- Cabildos provinciales: Se realizaron cabildos en las seis provincias de la región, orientados a la co-construcción de diagnósticos locales, permitiendo identificar problemáticas específicas desde una perspectiva territorial. Estas instancias facilitaron la proyección de misiones e iniciativas prioritarias para cada provincia, integrando las voces de quienes participan directa e indirectamente en

la actividad turística, como aporte clave para el diseño de una política con arraigo local y visión regional.

La fase diagnóstica combinó revisión de fuentes secundarias con instancias participativas desplegadas en el territorio, construyendo una caracterización situada del turismo en la ciudad de Santiago.

A través de la participación de actores públicos, privados, académicos y sociales en las seis provincias de la región, integrando saberes técnicos y locales, recogiendo percepciones e insumos claves para una política pública pertinente, inclusiva y proyectada al 2035.

3.2 Etapa 2: Diseño y redacción por misiones

La etapa de diseño permitió construir una visión compartida del futuro del turismo en Santiago, centrada en un Gran Reto: posicionar a Santiago como capital del turismo sostenible al 2035. Esta meta, ambiciosa y transformadora, orienta el desarrollo del sector mediante una imagen objetivo que articula aspiraciones colectivas con criterios de sostenibilidad, inclusión y competitividad territorial.

Sobre esta base, se incorporó un enfoque de “Políticas Orientadas por Misiones” (POM), alineado con el marco conceptual promovido por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que plantea abordar desafíos públicos complejos mediante objetivos definidos, transversales y orientados a la innovación. Las misiones estratégicas formuladas en este proceso operan como vectores de transformación territorial, al proyectar una imagen objetivo compartida y traducirla en metas concretas que articulan capacidades institucionales, recursos locales y voluntades diversas en torno a propósitos comunes (Mazzucato & Penna, 2020).

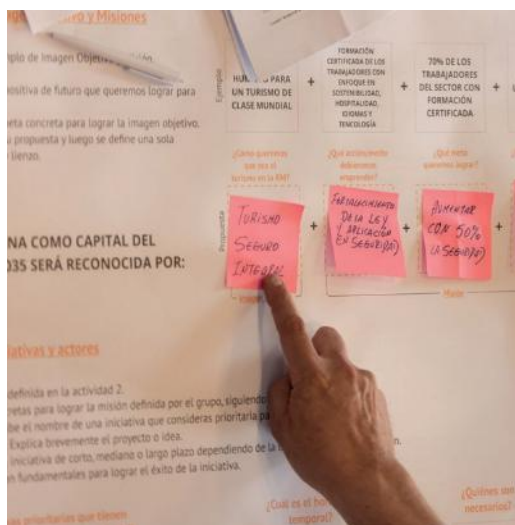
Para fortalecer la dimensión participativa del proceso, se realizaron cabildos en las seis provincias de la región, convocando a personas vinculadas al ecosistema turístico desde diversos territorios y perfiles. Estas instancias aportaron de manera sustantiva al diagnóstico y al diseño estratégico y táctico, integrando visiones locales en torno a los desafíos y oportunidades del sector. La aplicación de la metodología de “pensamiento de diseño” (*Design Thinking*¹) facilitó dinámicas colaborativas centradas en quienes habitan, gestionan y proyectan el turismo regional, permitiendo identificar lineamientos estratégicos con enfoque territorial, práctico y orientado a la acción.

Finalmente, y tal como se mencionó, las misiones fueron formuladas bajo el enfoque de “Políticas Orientadas por Misiones”, siguiendo el marco conceptual del BID. Se verificó que cada una cumpliera con criterios clave:

- Orientación hacia desafíos públicos concretos de alta relevancia social.

¹ Metodología centrada en las personas, que busca resolver problemas complejos mediante empatía, creatividad, participación diversa y mejora continua de soluciones.

- Direccionalidad e intencionalidad hacia objetivos transformadores y sostenibles, en ese sentido las misiones deben ser audaces e inspiradoras.
- Impulsar la colaboración público-privada, la interdisciplinariedad y la intersectorialidad.
- Basadas en evidencia y co-diseñadas con la ciudadanía.
- Con propuesta de soluciones concretas e indicadores claros de progreso y resultados.



3.3 Etapa 3: Plan de acción

La etapa de plan de acción corresponde a la fase de operacionalización de las misiones estratégicas definidas en el diseño de política. Su objetivo es traducir la visión compartida en iniciativas concretas, territorialmente articuladas y orientadas a generar impacto en el ecosistema turístico de Santiago.

Para ello, se desarrolló un proceso participativo de priorización, considerando criterios de pertinencia, viabilidad técnica y potencial de impacto. Esta priorización se realizó de manera participativa, incorporando la mirada de actores territoriales, institucionales y sectoriales, recogidas en etapas anteriores, además de ser contrastadas con instrumentos vigentes, como

la Estrategia Regional de Desarrollo y la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible, asegurando coherencia con los desafíos públicos identificados y a las capacidades del territorio.

Sumado al plan, se contempla un modelo de gobernanza colaborativa y multinivel que articula actores públicos, privados, académicos y sociales, estableciendo mecanismos de coordinación, participación y corresponsabilidad. Además, incorpora un sistema de monitoreo con metas por misión, indicadores específicos, metas a corto, mediano y largo plazo, entre otras herramientas de evaluación periódica, permitiendo que la política se mantenga dinámica, adaptativa y orientada a resultados.

3.4 Proceso de participación ciudadana

La construcción participativa de la Política Regional de Turismo fue clave para asegurar su legitimidad, pertinencia territorial y viabilidad operativa. La incorporación activa de actores públicos, privados, académicos y sociales permitió integrar una diversidad de miradas, saberes y experiencias, enriqueciendo cada etapa del proceso. Esta participación fortaleció el diagnóstico, el diseño estratégico y el compromiso con la implementación, generando condiciones para una apropiación efectiva de la política. En un sector dinámico y territorialmente diverso como el turismo, construir desde los territorios y junto a sus comunidades es esencial para desarrollar soluciones sostenibles, contextualizadas y con capacidad transformadora.

Durante este proceso participativo amplio, se convocó a más de 9.000 personas a través de 6 cabildos provinciales, 4 talleres temáticos, 50 entrevistas estratégicas y 8.000 encuestas ciudadanas aplicadas. Esta diversidad de instancias, que constituye un hecho inédito por su alcance territorial, permitió recoger visiones desde distintos territorios y perfiles, con una amplia participación femenina que promedió un 54% al considerar todas las instancias, en línea con las tendencias nacionales e internacionales de participación de mujeres en turismo, y en general, configurando un diagnóstico representativo del ecosistema turístico regional.

Figura n°2: Participación ciudadana en diseño de la Política Regional de Turismo de Santiago

 **+9.290**
participantes totales

 **4** Talleres temáticos

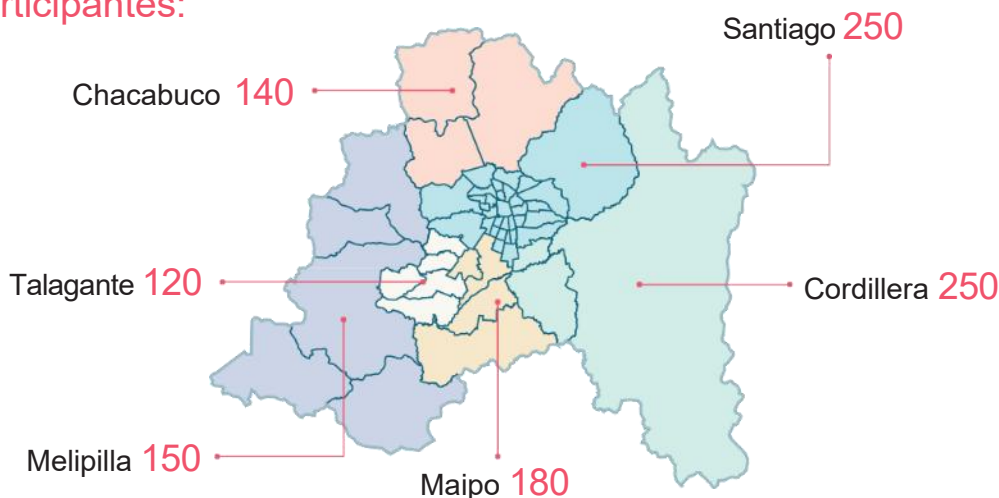
50 Entrevistas con actores del ecosistema turístico regional.


- Taller encargados de turismo municipal **52 personas**
- Taller temático MICE **30 personas**
- Taller temático turismo aventura **38 personas**
- Taller temático enoturismo **32 personas**

 **8.000**
Encuestas aplicadas

 **6** Cabildos (1 por provincia)

Participantes:



Cabildos: Encuentros ciudadanos participativos masivos para el co-diseño de la política. Los encuentros se realizaron por cada provincia de la región.

Los talleres temáticos de MICE, enoturismo y turismo aventura buscaron obtener información de actores de áreas estratégicas del turismo en la región y el de encargados de turismo municipal: buscaron considerar la mirada técnica y realidad del turismo en las distintas comunas que componen la región.

Las entrevistas buscaron obtener información estratégica del sector público, privado, de la sociedad civil y de la academia vinculados a la actividad turística regional y nacional.

La encuesta fue aplicada de manera masiva, para ser contestada por actores claves, ciudadanía en general y turistas de la región.

Fuente: Elaboración propia. (2025).

Cerro Manquehue

RMS 2025-2035



4. RADIOGRAFÍA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

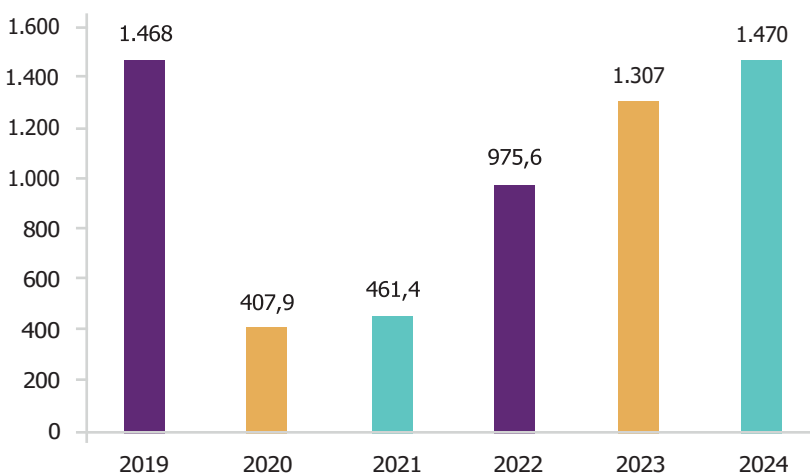
El turismo se ha consolidado como una industria global que impacta de manera decisiva en las economías, las sociedades y los territorios. Su dinamismo reciente revela tanto la recuperación internacional tras la pandemia como la proyección de nuevas tendencias que transforman la actividad a nivel nacional y regional. Comprender estas dinámicas permite reconocer el papel estratégico del turismo en la generación de valor económico, social y cultural, así como en la construcción de modelos de desarrollo más sostenibles e inclusivos.

4.1 Panorama actual del turismo internacional

El dinamismo que ha recuperado el turismo internacional tras la pandemia refleja no solo una reactivación estadística, sino también una transformación estructural del sector, marcada por nuevas tendencias y desafíos globales. Según el “Tablero de datos turísticos” de ONU Turismo, en 2024 el turismo internacional alcanzó 1.470 millones de viajes, lo que representa un 12,4% más que en 2023, situando nuevamente la actividad en niveles similares a 2019, antes de la pandemia (ONU Turismo, 2025).

La recuperación posterior a la crisis sanitaria ha sido progresiva. Se registró en 2020 una caída del 63% en llegadas internacionales, debido al cierre de fronteras y las restricciones sanitarias; a partir de entonces, el sector ha mostrado una recuperación sostenida creciendo un 13,1% en 2021, un 111,5% en 2022, un 34% en 2023 y registró un aumento del 12,4% en 2024, reflejando una evolución más equilibrada (ONU Turismo, 2025).

Figura n°3: Llegadas de turistas en el mundo (Millones) 2019 - 2024



Fuente: Elaboración propia en base a ONU Turismo. (2025).

El repunte en el movimiento de turistas no solo se evidencia en el volumen de llegadas, sino también en su impacto económico, reflejando una recuperación que trasciende las cifras y consolida al turismo como un motor estructural de la economía global. Desde el punto de vista de su impacto económico, los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 1.735 billones de dólares en 2024, lo que equivale a un incremento del 10,6 % respecto a 2023 y un 14,3 % más que en 2019. El gasto promedio por visitante fue de 1.180 dólares, reflejando una tendencia hacia un turismo de mayor valor agregado y estancias más rentables (ONU Turismo, 2025).

Las exportaciones por turismo, tales como transporte internacional de personas, ventas de servicios y gastos en destino, llegaron a 2.030 billones de dólares en 2024, lo que representa el 6 % de las exportaciones globales y el 23 % del comercio mundial de servicios. Este desempeño confirma el rol estructural del turismo en las economías actuales, en la generación de empleo, ingresos y encadenamientos productivos, reafirmando su importancia dentro de los sistemas económicos globales (ONU Turismo, 2024).

De acuerdo con el “Reporte de impacto económico 2025” del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), el turismo global aportó 11,7 billones de dólares al producto interno bruto (PIB) mundial, lo que equivale

al 10,3 % del total. Este crecimiento anual del 6,7 % respecto a 2024, y del 13 % en comparación con 2019, consolida al sector como un pilar estratégico de la economía global (WTTC, 2025).

Además, el sector generó 371 millones de empleos en todo el mundo, lo que representa el 10,9 % del empleo total. Esta cifra implica un aumento del 4% respecto al año 2023 y del 9,9 % en relación con los niveles de 2019 (WTTC, 2025).

Desde el punto de vista de la equidad de género, el turismo destaca por una alta participación femenina, aunque persisten desigualdades estructurales. En relación con la participación de las mujeres en turismo, a nivel global esta alcanzó el 54 %, cifra superior al promedio económico global que es de 39 %. Sin embargo, esta presencia no se traduce en condiciones laborales equitativas: la brecha salarial en el sector es del 14,7 % (ONU Turismo, 2021). En América Latina y el Caribe, en tanto, el 52 % de quienes trabajan en turismo son mujeres, aunque la brecha salarial asciende al 23 %. Además, el 71 % de quienes trabajan por cuenta propia en alojamiento y restauración son mujeres, y el 69 % de quienes se matriculan en carreras de turismo también lo son (ONU Turismo, 2024). Estos datos revelan un sector altamente feminizado, pero todavía con brechas de equidad que requieren políticas específicas para avanzar hacia un turismo más inclusivo y resiliente.

4.2 Panorama actual del turismo en Chile

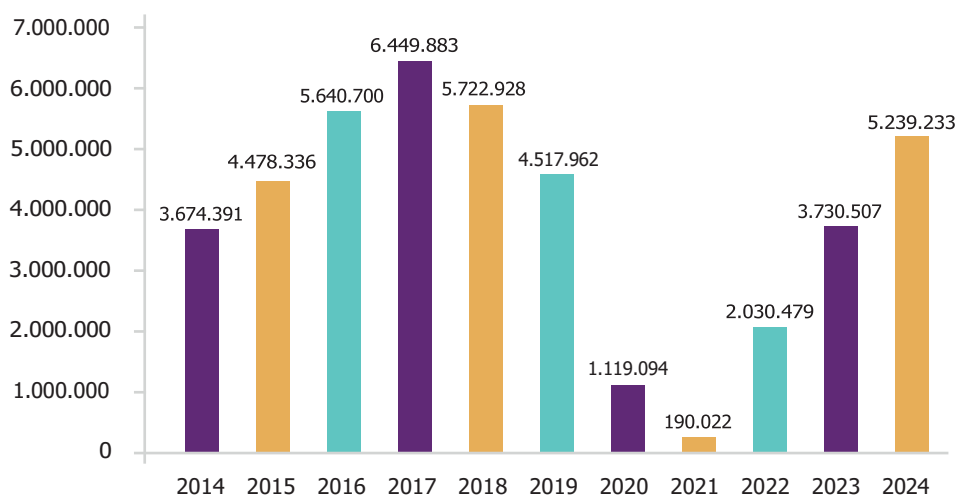
La actividad turística en Chile ha mostrado un avance sostenido, consolidándose como un eje estratégico para el desarrollo nacional. Gracias a la diversidad de sus recursos naturales y culturales, el país proyecta un crecimiento turístico sostenible, capaz de generar valor económico, social y ambiental, al tiempo que fortalece la matriz productiva mediante encadenamientos intersectoriales. Esta dinámica se refleja en el gasto realizado por personas no residentes en sectores como comercio, transporte, alojamiento y gastronomía, lo que se traduce en exportaciones de servicios.

En 2024, estas exportaciones alcanzaron cerca de US\$3.200 millones, con un incremento superior al 30 % respecto al año anterior. Además, el turismo receptivo, que refleja las llegadas internacionales, contribuyó entre 0,3% y 0,4% al crecimiento real del PIB, impulsado por el restablecimiento de vuelos internacionales y el aumento de

turistas provenientes de Brasil y Argentina (Banco Central Chile, 2025a). Por su parte en el mismo año la contribución del sector de hoteles y restaurantes al crecimiento del PIB alcanzó un 3,4%² (Banco Central de Chile, 2025b). De manera complementaria, la Subsecretaría de Turismo (2025a) estimó que el aporte global de la actividad turística al PIB fue de 3,1%, confirmando su relevancia como motor económico y social en el país.

Según el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), el año 2024, en materia de turismo receptivo, estuvo marcado por la recuperación consolidada, pues el país recibió un total de 5.239.233 turistas internacionales, generando ingresos por este concepto que ascendieron a USD \$3.110 millones (SERNATUR, 2025a), con un 40,4% más que el año 2023 y un 16,0% por sobre el año 2019 (Subsecretaría de Turismo, 2025).

Figura n°4: Llegadas internacionales al país, decenio 2014-2024.



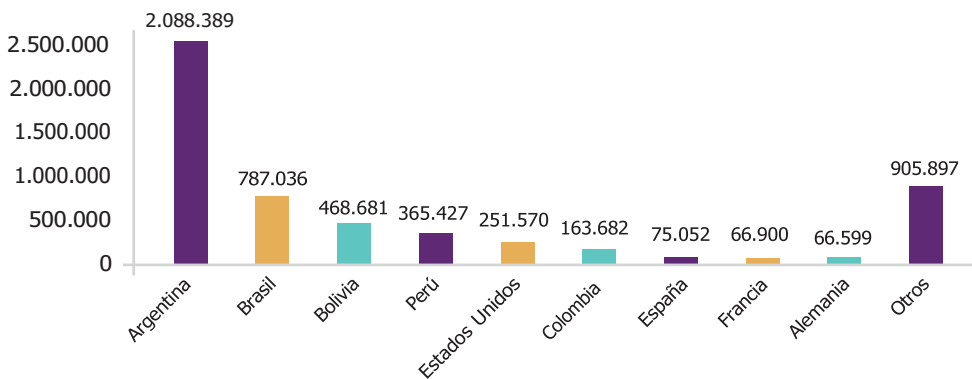
Fuente: Elaboración propia en base al Servicio Nacional de Turismo [SERNATUR]. (2025a).

² Tasa de variación anual (contribución porcentual respecto del año anterior).

El análisis de las llegadas internacionales a Chile permite observar el comportamiento de los principales mercados emisores y su contribución a la recuperación del sector turístico. Durante el año 2024 Argentina lideró las llegadas internacionales con 2.088.389 turistas, lo que representa el 39,9% del total y un crecimiento del 73,2% respecto a 2023. Brasil registró 787.036 llegadas, lo que equivale al 15%, marcando

su mejor desempeño desde 2013. Por su parte, Bolivia ocupó el tercer lugar, con 8,9%, Perú el cuarto lugar, con 7%, enfatizando la importancia de los mercados emisores fronterizos; mientras que Estados Unidos, un mercado estratégico, ocupó el quinto lugar con un 4,8% de participación, reflejando una recuperación dinámica en los principales mercados emisores (Subsecretaría de Turismo, 2025b).

Figura n°5: Llegada de turistas a Chile, según nacionalidad en 2024.



Fuente: Elaboración propia en base a SERNATUR. (2025a).

En este contexto, comprender quiénes son estos turistas y cómo se comportan resulta fundamental para orientar las decisiones estratégicas del sector. Los perfiles turísticos que se presentan a continuación fueron elaborados a partir de las llegadas internacionales vía aérea registradas durante 2023, según los datos disponibles en el sitio oficial de la Subsecretaría de Turismo. Si bien se trata del último año con información completa, estos perfiles centrados en turistas provenientes de Argentina, Brasil,

Estados Unidos y Europa ofrecen insumos clave para segmentar la oferta, diversificar productos y fortalecer el posicionamiento de destinos nacionales, incluida la ciudad de Santiago, en mercados prioritarios. Su análisis permite reconocer patrones de comportamiento, motivaciones de viaje y preferencias de consumo, elementos esenciales para avanzar hacia un modelo de desarrollo turístico más competitivo y adaptado a las demandas internacionales (Subsecretaría de Turismo, 2025c).

Figura n°6: Perfil de turistas en función de sus actividades en el país.

INFORMACIÓN



ARGENTINA

Turista Funcional, urbano y afectivo

DATOS BÁSICOS

Llegadas 2023: **232.272**

Permanencia promedio: **8,6 noches**

Gasto promedio diario: **USD 63,3**

Gasto promedio total: **USD 544,3**

Ingreso de divisas: **USD 126,4 millones**

EDAD PREDOMINANTE



MOTIVACIONES PRINCIPALES



Personales: **76,5%**

- Visita a familiares/amigos: **35,3%**

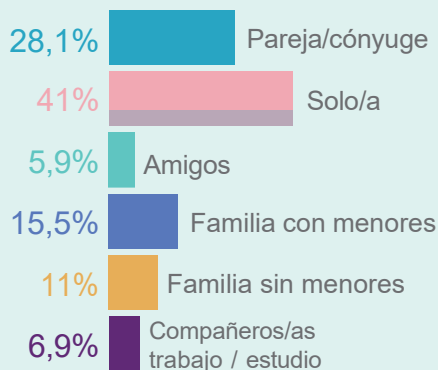
- Vacaciones: **26,8%**

- Otros: **14,4%**

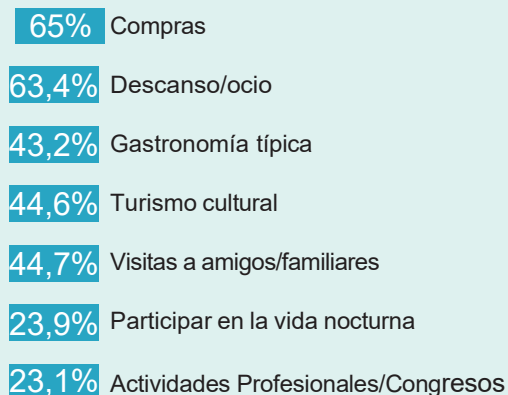


Negocios: **23,5%**

COMPAÑÍA DE VIAJE Y PRESUPUESTO COMPARTIDO (Respuesta Múltiple)³



ACTIVIDADES DESTACADAS (Respuesta Múltiple)⁴



3 Pregunta permite respuesta múltiple. Se incorporan en la figura las opciones más representativas

4 Pregunta permite respuesta múltiple. Se incorporan en la figura las opciones más representativas

INFORMACIÓN



BRASIL

Turista explorador, sensorial y recreativo

DATOS BÁSICOS

Llegadas 2023: **407.228**

Permanencia promedio: **7,6 noches**

Gasto promedio diario: **USD 112,1**

Gasto promedio total: **USD 851,0**

Ingreso de divisas: **USD 346,5 millones**

EDAD PREDOMINANTE



MOTIVACIONES PRINCIPALES



Personales: **90%**

- Visita a familiares/amigos: **5,3%**

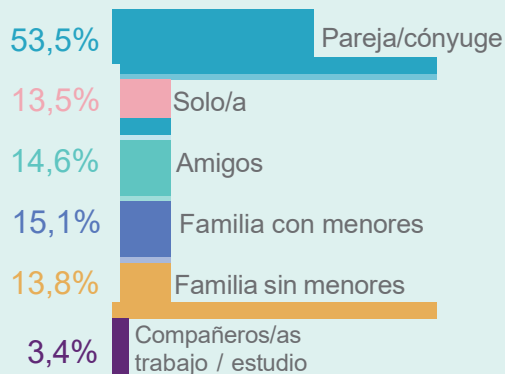
- Vacaciones: **83,2%**

- Otros: **1,5%**



Negocios: **10%**

COMPAÑÍA DE VIAJE Y PRESUPUESTO COMPARTIDO (Respuesta Múltiple)³



ACTIVIDADES DESTACADAS (Respuesta Múltiple)⁴



Fuente: Elaboración propia en base a Subsecretaría de Turismo. (2025).⁵

⁵ Los perfiles fueron diseñados en función de los "Cuadros de Resultados Turismo Receptivo anual 2024" y los "Cuadros Perfil del Turista Extranjero Segundo Semestre 2024" de la Subsecretaría de Turismo, en su componente de Estudios y estadísticas. <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/turismo-receptivo-anual/>

INFORMACIÓN



ESTADOS UNIDOS
Turista experiencial,
equilibrado y activo

DATOS BÁSICOS

Llegadas 2023: **220.758**

Permanencia promedio: **13,2 noches**

Gasto promedio diario: **USD 105,2**

Gasto promedio total: **USD 1.389,7**

Ingreso de divisas: **USD 306,8 millones**

EDAD PREDOMINANTE



MOTIVACIONES PRINCIPALES



Personales: **84,7%**

- Visita a familiares/amigos: **24,9%**

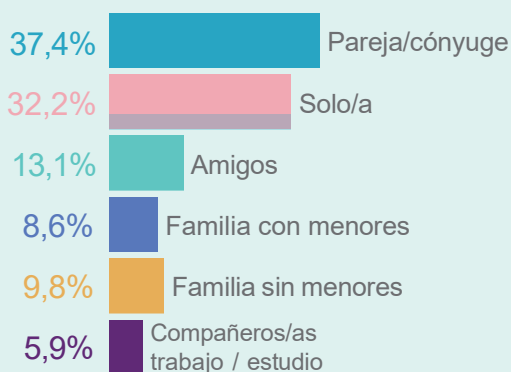
- Vacaciones: **54,3%**

- Otros: **5,5%**

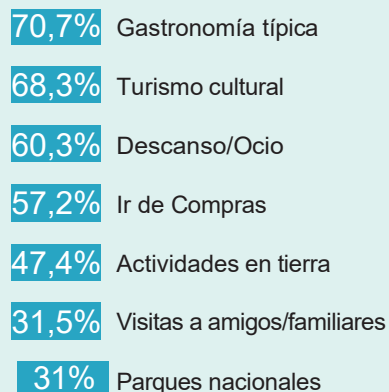


Negocios: **15,3%**

COMPAÑÍA DE VIAJE Y PRESUPUESTO COMPARTIDO (Respuesta Múltiple)³



ACTIVIDADES DESTACADAS (Respuesta Múltiple)⁴



3 Pregunta permite respuesta múltiple. Se incorporan en la figura las opciones más representativas

4 Pregunta permite respuesta múltiple. Se incorporan en la figura las opciones más representativas

INFORMACIÓN



EUROPA

Turista contemplativo,
sostenible y cultural

DATOS BÁSICOS

Llegadas 2023: **307.255**

Permanencia promedio: **24,0 noches**

Gasto promedio diario: **USD 63,7**

Gasto promedio total: **USD 1.491,4**

Ingreso de divisas: **USD 458,0 millones**

EDAD PREDOMINANTE



MOTIVACIONES PRINCIPALES



Personales: **83%**

- Visita a familiares/amigos: **36%**

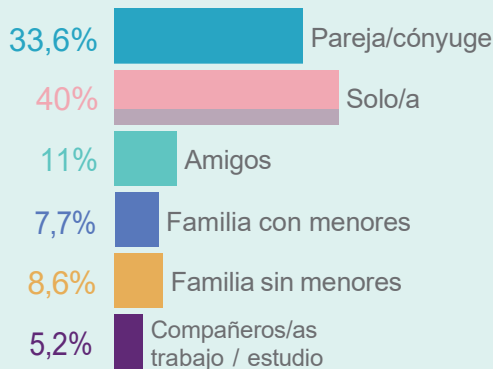
- Vacaciones: **42,7%**

- Otros: **4,3%**

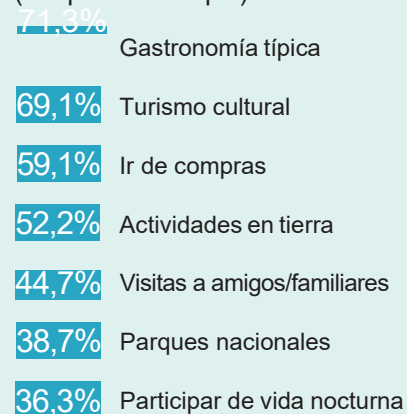


Negocios: **17%**

COMPAÑÍA DE VIAJE Y PRESUPUESTO COMPARTIDO (Respuesta Múltiple)³



ACTIVIDADES DESTACADAS (Respuesta Múltiple)⁴



Fuente: Elaboración propia en base a Subsecretaría de Turismo. (2025).⁵

⁵ Los perfiles fueron diseñados en función de los "Cuadros de Resultados Turismo Receptivo anual 2024" y los "Cuadros Perfil del Turista Extranjero Segundo Semestre 2024" de la Subsecretaría de Turismo, en su componente de Estudios y estadísticas. <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/turismo-receptivo-anual/>

En coherencia con la necesidad de comprender el comportamiento de quienes visitan el país, otro indicador clave para evaluar el desempeño del sector es el empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT⁶). Durante 2024 un total de 638.860 personas se desempeñaron en actividades vinculadas al turismo, equivalente al 6,9% del empleo total de la economía nacional. De este universo, el 48,7% corresponde a mujeres y el 51,3% a hombres, cifras que contrastan con la distribución general del empleo, donde la participación femenina es del 42,9% y la masculina del 57,1%. Estos datos evidencian una mayor presencia relativa de mujeres en el sector turístico, en comparación con el promedio económico nacional (Subsecretaría de Turismo, 2025d).

Otro indicador relevante para el análisis de la actividad turística es el número de pernoctaciones en alojamientos turísticos, medida a través de la “Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico” (EMAT) del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) que, en 2024, registró 20.063.847 pernoctaciones a nivel nacional en establecimientos de alojamien-

to para estancias cortas (transitorias o no permanentes, principalmente de tipo turístico), lo que representa un aumento del 4,3% en comparación con 2023 (INE, 2025). En diciembre del mismo año, se contabilizaron 1.659.645 pernoctaciones, con un incremento del 3,0% respecto al mismo mes del año anterior. Por otra parte, el ingreso por habitación disponible (RevPAR⁷) a nivel nacional alcanzó los \$35.593, con un alza interanual del 12,4%. Este flujo de personas alojadas respondió tanto a viajes por motivos laborales como recreativos (INE, 2025).

Finalmente, en un área estratégica para el turismo del país, es el turismo de reuniones o MICE⁸. Chile logró adjudicarse 23 postulaciones a congresos internacionales durante 2024, proyectando la llegada de más de 15.000 delegados en los próximos años. En este marco, se concretaron 110 reuniones con compradores internacionales, se apoyaron 10 viajes de incentivos y se ejecutaron 3 viajes de prensa, orientados a fortalecer la promoción del país como destino competitivo en el segmento (SERNATUR, 2025b).

4.3 Santiago turístico en cifras

La ciudad de Santiago concentra la mayor dinámica turística del país, integrando infraestructura de alto estándar, conectividad eficiente y una oferta diversa que consolida su liderazgo como destino estratégico en el ámbito nacional e internacional.

a) Datos demográficos

La ciudad de Santiago, compuesta por 6 provincias y 52 comunas, concentra el 40,1% de la población nacional (7.400.741 personas), consolidándose como el principal centro urbano, político y económico del país (INE, 2025).

6 Acrónimo que se utiliza para entregar información estadística de los subsectores del turismo, como son el Alojamiento y Servicio de Comidas; el Transporte Turístico; Actividades Deportivas, Recreativas y Culturales, entre otras, a partir de la Encuesta Nacional de Empleo, INE-Chile y que nutre parte de las estadísticas de la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR.

7 Mítrica de la industria hotelera que mide el rendimiento de los ingresos, al dividir los ingresos totales de las habitaciones entre el número total de habitaciones disponibles durante un período específico.

8 Meeting, Incentive, Conferences & Exhibition (Reuniones, Viajes de Incentivo, Conferencias y Exhibiciones).

De acuerdo con el Censo 2024, la distribución por sexo en la región es equilibrada: 48,4% corresponde a personas que se identifican con sexo masculino y 51,6% con sexo femenino. En relación con la identidad de género, el 47% de las personas mayores de 18 años se identifica con género masculino, el 51,5% con género femenino y el 1,5% con otras identidades (INE, 2025).

La estructura etaria muestra una base amplia de población joven y adulta (47,7% entre 15 y 34 años), junto con un 13,2 % de personas mayores de 65 años, lo que plantea desafíos en accesibilidad, transporte adaptado y atención integral (INE, 2025).

Por otra parte, la región presenta el mayor grado de urbanización del país, con un 96,3% de su población residiendo en zonas urbanas, siendo Melipilla y Chacabuco las provincias que concentran los principales núcleos rurales (Gobierno de Santiago, 2024).

Respecto a la migración internacional, 964.835 personas migrantes residen en la región, lo que representa el 60% del total nacional. De ellas, el 51,7% se identifica con sexo femenino y el 48,3% con masculino (INE, 2025).

b) Planta e Infraestructura turística

En cuanto a servicios turísticos, la ciudad de Santiago cuenta con 475 agencias de viajes, 658 alojamientos, 1.022 restaurantes y 799 operadores turísticos registrados en SERNATUR. Las comunas de Providencia, Santiago y Las Condes concentran cerca del 50 % de esta oferta, mientras que San José de Maipo e Isla de Maipo destacan en el ámbito rural por su desarrollo en turismo de naturaleza (SERNATUR, 2025c).

A esta oferta de servicios se incorpora una infraestructura estratégica que asegura la conectividad y respalda el creciente flujo de visitantes, fortaleciendo la competitividad turística de Santiago. Destaca el Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez, que movilizó 25,8 millones de pasajeros en 2024 y proyecta una capacidad de 84 millones hacia 2050 (Ministerio de Obras Públicas, 2025). Complementariamente, una red de carreteras de alta velocidad facilita desplazamientos expeditos e interconexiones con otros medios de transporte, reduciendo tiempos de viaje y articulando zonas urbanas y rurales.



Figura n°7 Planta e infraestructura turística de Santiago.

- Más de 70 hoteles sobre 4 estrellas
- Más de 17 mil habitaciones disponibles
- Centros de convenciones para más de 8 mil delegados
- Más de 33 mil metros cuadrados de salones y espacios feriales
- Aeropuerto internacional a 15 km. aprox. del centro de la ciudad
- 19 líneas aéreas llegan de forma directa a Santiago
- Vuelos directos desde 36 ciudades a nivel internacional
- Aeropuerto tiene capacidad anual de 38 millones de pasajeros
- 7 líneas de metro
- 136 estaciones de metro, más de 142 Km. de extensión (proyección año 2032 estación Aeropuerto Internacional)
- 7 carreteras de alta velocidad que conectan la ciudad
- Mayor flota de buses eléctricos de América
- Más de 500 Km. de ciclovías urbanas en la ciudad
- Parque Metropolitano - Parque urbano más grande de Latinoamérica

Fuente: Corporación Regional de Desarrollo, Santiago MICE Bureau. (2025).

c) Turismo receptivo

Del total de turistas internacionales que recibió Chile en 2024, Santiago concentró el 44% de llegadas, con un crecimiento del 33,2% respecto al año anterior (SERNATUR, 2025a). Las principales nacionalidades fueron Brasil, con un 29,8% de llegadas; Argentina, con un 13,7%, y Estados Unidos, con un 9,4%; seguidas por Perú y otros países de América y Europa.

El Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez se mantuvo como principal vía de ingreso, con más de 2,3 millones de llegadas, superando ampliamente a los pasos fronterizos terrestres (SERNATUR, 2025c).

d) Perfiles de turistas

Reconocer los perfiles de turistas que visitan Santiago permite definir acciones

estratégicas orientadas a sus características, adaptar la oferta turística a sus necesidades y motivaciones, y optimizar la promoción mediante inteligencia de mercado. El análisis del turismo receptivo para la ciudad de Santiago evidencia que, en 2024, el 83% de las llegadas provino de América, el 12% de Europa, el 4% de Asia, y solo el 1 % de otros continentes. Al desagregar por estacionalidad, julio se posicionó como el mes de mayor afluencia, con 263.790 visitantes, liderados por turistas brasileños (51%), seguidos por argentinos (13%) y peruanos (6%). Este patrón se repitió entre abril y octubre, mientras que en diciembre destacaron Brasil (19%), Estados Unidos (14%) y Argentina (13,5%). Durante enero, febrero y marzo de 2025 se mantuvo la tendencia, con Brasil en primer lugar, Estados Unidos en segundo y Argentina en tercero, lo que confirma una alta concentración de estas nacionalidades en periodos estivales y a Brasil como el principal mercado emisor (SERNATUR, 2025a).

El análisis del perfil de turistas revela una marcada concentración regional, lo que refuerza la necesidad de fortalecer la conectividad aérea y terrestre con países vecinos. Brasil se consolida como mercado prioritario, liderando las llegadas en todos los periodos, lo que justifica estrategias específicas de promoción y alianzas comerciales. La estacionalidad, concentrada especialmente en invierno y verano, plantea oportunidades para diversificar la oferta en temporada baja mediante eventos culturales y turismo urbano. Asimismo, la preferencia de mercados como Estados

Unidos y Argentina por periodos estivales sugiere interés en experiencias gastronómicas, culturales y de compras, orientando el diseño de productos premium y *city breaks*¹⁰. Finalmente, la baja participación de Asia y Europa evidencia el desafío de posicionar a la ciudad de Santiago como destino internacional, impulsando estrategias digitales y presencia en ferias globales.

Considerando que Santiago concentró el 44% de las llegadas internacionales al país durante 2024 y el 46% el 2023 (Subsecretaría de Turismo, 2025b), los perfiles de quienes visitan la región resultan plenamente homologables a los perfiles nacionales y permiten apreciar oportunidades de desarrollo estratégico, de acuerdo con sus características.

Por otra parte, profundizando en comportamientos más específicos de los visitantes en Santiago, según datos de la Subsecretaría de Turismo (2025c), el 90,8% de las personas que arribaron a Santiago recorrieron la ciudad y sus alrededores, con porcentajes que superan el 95% en mercados como Estados Unidos, Bolivia y Colombia. Esta alta concentración también se observa entre quienes presentan mayores niveles de gasto diario (92,4%) y entre aquellos motivados por un turismo vacacional (93,1%), lo que refuerza la idea de que Santiago no solo cumple un rol de ciudad de tránsito, sino que se posiciona como un destino con capacidad de atracción propia. En este contexto, los perfiles turísticos identificados previamente: Funcional, urbano y afectivo; explorador, sensorial y recreativo; experien-

10 Según Onu Turismo un City Break es un viaje turístico de corta duración, generalmente de uno a tres días, realizado a una ciudad con fines recreativos, culturales o de ocio, aprovechando su oferta de patrimonio, gastronomía, eventos y experiencias urbanas.

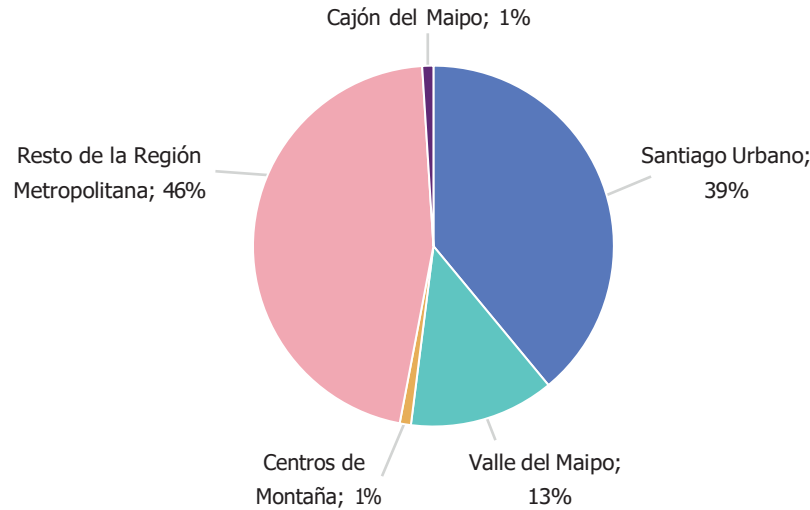
cial, equilibrado y activo; y el contemplativo, sostenible y cultural, constituyen una base estratégica para diversificar la oferta regional, articulando productos alineados con sus intereses, motivaciones y estilos de viaje.

e) Viajes turísticos internos

Según SERNATUR, en 2024 Santiago registró 6.626.787 viajes turísticos ocasionales,

lo que representa un incremento interanual del 10,5% respecto a 2023. Este crecimiento adquiere especial relevancia al compararse con los niveles prepandemia de 2019, cuando se contabilizaron 5.321.792 desplazamientos, evidenciando un aumento acumulado superior a 1,3 millones en cinco años (SERNATUR, 2025a). La distribución territorial de estos viajes se presenta en la figura 8.

Figura n°8: Distribución del turismo interno 2024 en destinos turísticos de Santiago.



Fuente: Elaboración propia en base a SERNATUR. (2025).

En cuanto al origen de los viajes, el 20,4% corresponde a desplazamientos intrarregionales, mientras que el 79,6% proviene de otras regiones del país. Entre los principales territorios emisores destacan Valparaíso (24,2%), Libertador General Bernardo O'Higgins (10,5%), Biobío (8,3%), Maule (7,5%), La Araucanía (5,5%) y Coquimbo (5,3%), junto

a otras regiones con menor participación relativa (SERNATUR, 2025a).

En materia de turismo emisoro interno¹¹, según SERNATUR, en 2024 los habitantes de la región Metropolitana de Santiago realizaron más de 15,5 millones de viajes turísticos ocasionales, con un creci-

11 Turistas Nacionales, que viajan por Chile.



miento del 4,5% respecto al año anterior. Los destinos o localidades preferidas se concentran en zonas costeras cercanas, destacando Litoral de los Poetas (16,2%), seguido por Litoral Ritoque-Los Molles (7,6%), Litoral Viña del Mar-Concón (6,0%) y La Serena-Coquimbo (4,9 %). También sobresalen áreas como Cachapoal (4,3%) y Valle del Maipo (3,6%), reflejando interés por experiencias enoturísticas y rurales. En el ranking de comunas, lideran Viña del Mar (4,6%), El Tabo (4,1%), Algarrobo (4,0%) y El Quisco (3,8%), consolidando la preferencia por balnearios tradicionales y destinos de fácil acceso desde Santiago.

f) Ocupación hotelera

Según los datos de la EMAT, durante diciembre de 2024 Santiago concentró el mayor número de pernoctaciones a nivel nacional, alcanzando un total de 525.531, lo que representa una variación positiva de 4,8% en comparación con el mismo mes del año anterior (INE, 2025). Este comportamiento se enmarca en los meses de mayor demanda turística en la región, detectado

también en enero de 2024, cuando la región registró 520.618 pernoctaciones, con una variación de 24,9% respecto a enero de 2023 (INE, 2024a). En julio del mismo año, la región Metropolitana de Santiago alcanzó 711.052 pernoctaciones, con un alza de 29,5% (INE, 2024b). Durante el 2024 la ciudad de Santiago tuvo en total 6.513.073 pernoctaciones, lo que implica un aumento del 20,2% respecto del año 2023. En términos de ocupación hotelera durante diciembre de 2024 la ciudad de Santiago tuvo una ocupación del 61%, lo que implica un 21,9% más que el promedio nacional durante el mismo periodo.

Las cifras anteriores reflejan una consolidación sostenida de la demanda turística en zonas urbanas con alta densidad de servicios, lo que plantea oportunidades para fortalecer la oferta, diversificar productos y avanzar hacia una distribución territorial más equilibrada.

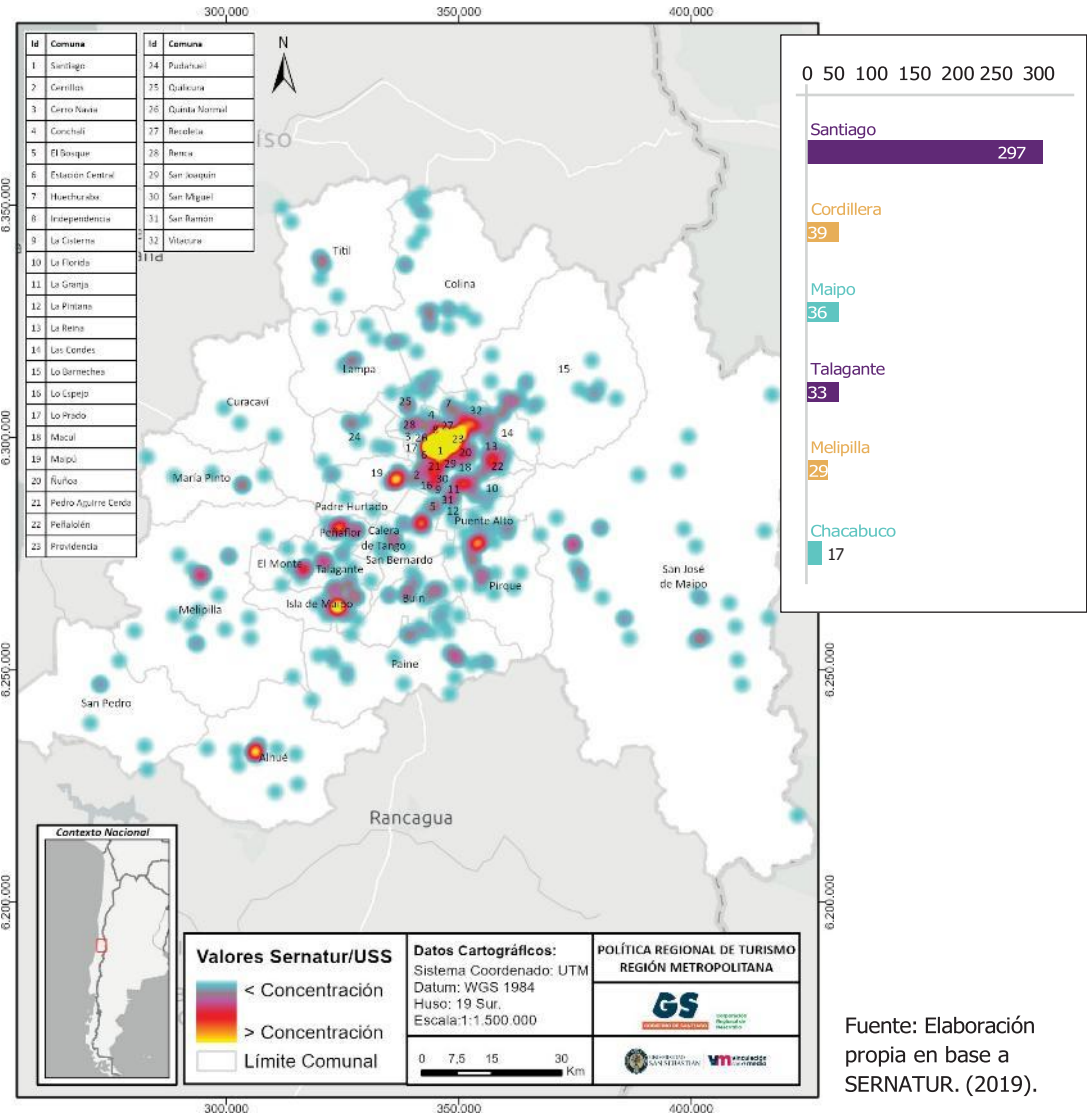
g) Atractivos y actividades turísticas

Según datos de SERNATUR, Santiago se consolida como un destino turístico es-

tratégico, con 451 atractivos oficialmente identificados en sus 52 comunas. El 65,9% se concentra en la comuna de Santiago, lo que da cuenta de una fuerte centralidad urbana frente a la oferta turística rural (SERNATUR, 2025c). Así también, la región dispone de una infraestructura natural y patrimonial diversa, que incluye más de 120 parques urbanos (22 administrados

por Parquemet), 20 reservas naturales, 12 áreas de conservación privada y una vasta red de sitios patrimoniales con declaratorias de protección (Parque Metropolitano [PARQUEMET], 2025; Ministerio del Medio Ambiente, 2024; Corporación Nacional Forestal, 2024; Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2023).

Figura n°9: Atractivos turísticos clasificados por provincia en Santiago.



Por otra parte, según la nueva “Plataforma de Monitoreo de Destinos Turísticos” de SERNATUR, la región concentra cuatro destinos prioritarios: Cajón del Maipo, Centros de Montaña, Santiago Urbano y Valle del Maipo (SERNATUR, 2025d). Esta clasificación refleja la diversidad geográfica del territorio, que permite el desarrollo de actividades de naturaleza y aventura,

como senderismo, ski y montañismo, así como experiencias de enoturismo, con el Valle del Maipo concentrando el 17,5% de las viñas abiertas al turismo nacional (Enoturismo Chile, 2025). El entorno urbano, por su parte, impulsa el turismo urbano y MICE, donde Santiago está posicionado en el tercer lugar del ranking latinoamericano de congresos (ICCA, 2025).

4.4 Brechas y oportunidades del turismo en la ciudad de Santiago

Los resultados obtenidos en las instancias de participación ciudadana permitieron identificar brechas estructurales que limitan el desarrollo del sector, junto con oportunidades estratégicas que proyectan a Santiago y sus provincias como destinos diversos, sostenibles y competitivos con una visión compartida del turismo al 2035. En los cabildos provinciales, con más de 80 mesas de trabajo colaborativo implementadas, se propusieron, además, distintas imágenes objetivo, misiones y más de 225 iniciativas.

a) Brechas estructurales y desafíos prioritarios

Con respecto a las brechas estructurales que tensionan el desarrollo turístico en la región y limitan su capacidad de consolidarse como un destino competitivo, diverso y sostenible, fue posible detectar que la desigualdad territorial entre zonas rurales y urbanas persiste como una barrera crítica para el acceso equitativo a experiencias turísticas de calidad, restringiendo oportunidades para comunidades locales y dificultando la diversificación de destinos.

A esto se suma un déficit de gobernanza marcado por la baja articulación entre actores públicos, privados y académicos, lo que debilita la planificación estratégica y reduce la capacidad de implementar políticas eficaces y sostenidas en el tiempo.

La inseguridad y la informalidad turística emergieron como riesgos transversales, afectando especialmente a zonas de alta afluencia turística, por ello gran parte de los actores lo elevaron como una amenaza crítica. La escasa fiscalización y la falta de regulación impactan directamente en la calidad y confianza de la oferta.

En paralelo, la crisis climática y la escasez hídrica fueron reconocidos como amenazas estructurales de cara al futuro, con efectos visibles en territorios rurales y de naturaleza, que exigen respuestas adaptativas y una gestión más robusta y resiliente.

En términos sectoriales, se observó que la actividad turística aún se encuentra en proceso de consolidación, lo que ha dificultado una planificación integrada y de largo plazo. En paralelo, las zonas de alta

demanda enfrentan presiones sobre su patrimonio, tanto natural como cultural lo que plantea desafíos para su gestión sostenible, y los impactos negativos que puede tener en la naturaleza y patrimonio una actividad poco regulada.

Las limitaciones técnicas tales como digitalización, capacitación, incorporación de capacidades y económicas han ralentizado la implementación de prácticas sustentables, mientras que la concentración de visitantes provenientes de mercados de larga distancia genera una exposición significativa frente a cambios globales. Este escenario refuerza la necesidad de diversificar públicos, productos y canales de promoción.

Por otra parte, la ausencia de una visión común, la inexistencia de una marca ciudad y una débil gobernanza limitan el posicionamiento estratégico de Santiago como capital turística, donde aspectos relativos a promoción, eventos, inteligencia de mercado e imagen ciudad, en conjunto, figuran como desafíos prioritarios.

Estas brechas también se expresan en áreas específicas. En el enoturismo, se observa una baja integración entre viñas,

gastronomía, cultura y festivales, junto a una incipiente visibilidad internacional y valorización del patrimonio vitivinícola del valle del Maipo presentando oportunidades de fortalecimiento.

En el turismo MICE, la falta de integración entre servicios, tales como, la baja utilización de infraestructura universitaria y la inexistencia de un calendario digital articulado han limitado el despliegue pleno del potencial de Santiago como sede internacional de eventos.

Por otra parte, en el turismo de naturaleza y aventura, las condiciones de infraestructura y la señalética aún en desarrollo afectan la experiencia y seguridad de quienes visitan estos espacios, lo que plantea desafíos para alcanzar estándares competitivos a nivel internacional.

Este conjunto de tensiones configura un mapa de desafíos que exige una política turística con visión territorial, capacidad de articulación multisectorial y voluntad transformadora. El futuro del turismo en la región dependerá de cómo se enfrenten estas brechas con inteligencia colectiva, innovación institucional y compromiso ciudadano.



Gastronomía de Pomaire

Figura n°10: Principales brechas y dolores identificados.

- 01 Sensación permanente de inseguridad y delincuencia en la ciudad.
- 02 Desigual desarrollo turístico (rural v/s urbano).
- 03 Infraestructura turística limitada (habilitación de caminos, señaléticas, miradores)
- 04 Falta de gobernanza y liderazgo regional en turismo.
- 05 Brecha digital, de innovación y mejora de competencias en el capital humano asociado a turismo.
- 06 Limitada articulación público - privada.
- 07 Baja inversión en promoción turística nacional e internacional.
- 08 Inexistencia de una marca ciudad identitaria de Santiago.
- 09 Escasa fiscalización a prestadores informales.
- 10 Crisis climática y escasez hídrica.
- 11 Bajo conocimiento de protocolos para accidentes en entornos de naturaleza y aventura.
- 12 Escasa conciencia turística en los habitantes de Santiago como anfitriones de la ciudad.
- 13 Limitada oferta turística nocturna (restaurantes, bares, cultura y transporte).

Fuente: Elaboración propia. (2025).

b) Oportunidades y potencialidades del territorio

Santiago se proyecta como un territorio con condiciones excepcionales para el desarrollo turístico, gracias a su diversidad geográfica y climática, que permite articular experiencias urbanas, rurales, naturales y de bienestar en un mismo destino, actividades que también fueron observadas como tendencias a aprovechar. Esta amplitud potencia la generación de una oferta versátil, capaz de responder a distintos intereses y perfiles de visitantes.

El patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, se reconoció como un valor identitario que puede ser activado en clave turística, generando experiencias con sentido local y fortaleciendo el vínculo entre comunidades y visitantes.

Por otra parte, se suma una infraestructura urbana consolidada, con Santiago como principal puerta de entrada al país, que facilita la recepción de visitantes y la articulación de circuitos regionales, aspectos especialmente destacados en las provincias de Cordillera y Santiago.

El crecimiento sostenido del turismo interno e internacional refuerza el rol del sector como motor de reactivación económica y desarrollo sostenible. En este contexto, las alianzas entre instituciones públicas, privadas y académicas se consolidan como mecanismos clave para fortalecer la gobernanza y dinamizar el ecosistema turístico.

Desde las voces del territorio, se observó un auge en actividades vinculadas a la

montaña, la naturaleza y el enoturismo, junto con la consolidación de polos rurales y el posicionamiento de la gastronomía como motor turístico.

La combinación de experiencias culturales y naturales es altamente valorada, destacando el rescate de productos auténticos y los eventos sustentables como tendencias con alto potencial de posicionamiento.

En términos de mercados, se identificaron oportunidades en el turismo interno y en la desestacionalización impulsada por visitantes brasileños. Santiago es reconocida como escala estratégica para turistas de larga distancia, lo que refuerza su rol como nodo articulador de experiencias regionales. La planificación del turismo es vista como una base sólida para avanzar en planificación estratégica y articulación territorial, mientras que las experiencias vinculadas al turismo creativo, de intereses especiales y de bienestar se valoran como elementos diferenciadores.

De igual forma fortalecer la oferta gastronómica de alto estándar, construir rutas integradas con identidad local, poner en valor la historia vitivinícola del Maipo y consolidar la marca Valle del Maipo mediante campañas digitales y colaborativas permiten posicionar a Santiago en un contexto internacional del turismo.

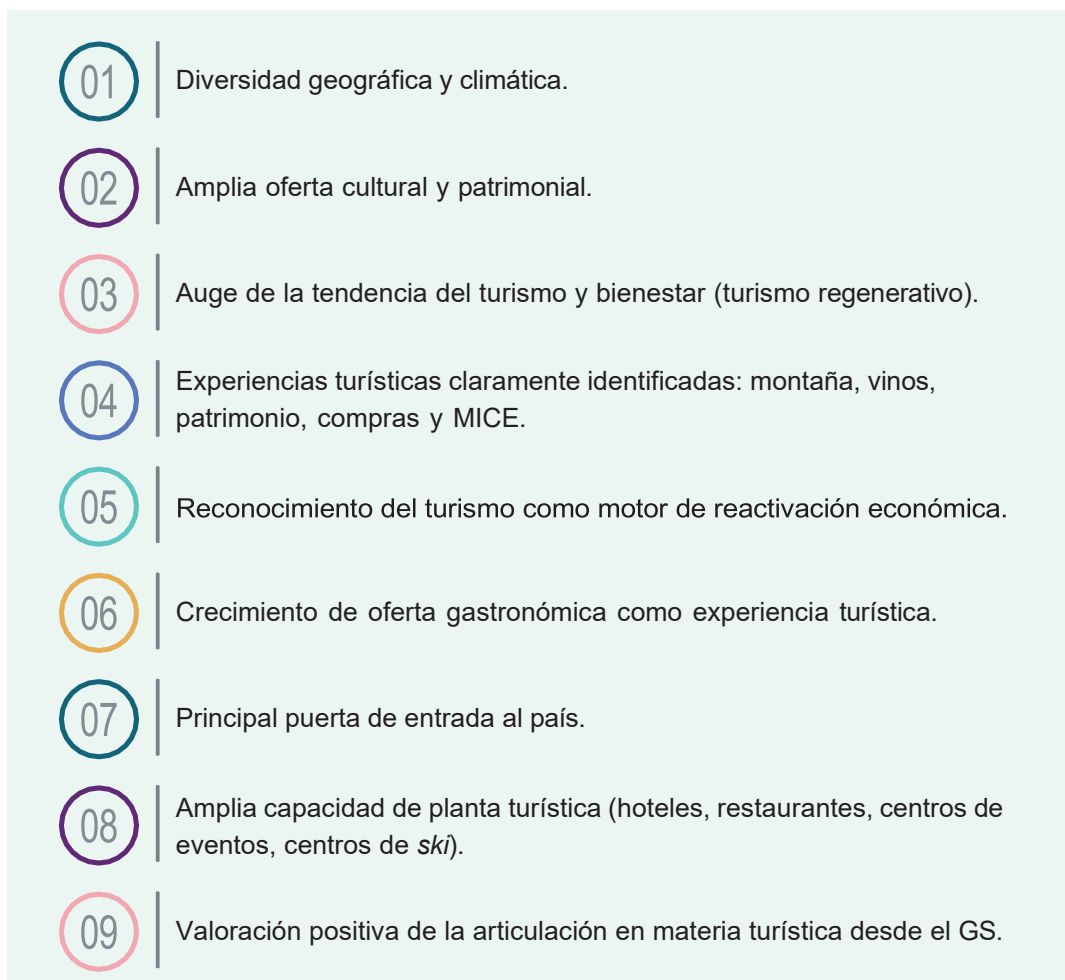
En el turismo de naturaleza y aventura, se identificaron oportunidades para promover eventos deportivos internacionales, consolidar el dominio esquiable más grande del hemisferio sur y establecer alianzas

con países andinos para el desarrollo conjunto de circuitos.

Para ello, se consideró prioritario mejorar la infraestructura y señalética de senderos, y fortalecer la comunicación sectorial para visibilizar la oferta y facilitar el acceso a información turística.

Este conjunto de oportunidades configura una plataforma sólida para proyectar a la región como un destino turístico con identidad propia, capacidad de innovación y vocación sostenible. El desafío está en activar estos potenciales con inteligencia territorial, colaboración efectiva y una narrativa que conecte con las expectativas de quienes habitan y visitan el territorio.

Figura n°11: Principales fortalezas y oportunidades identificados.



Fuente: Elaboración propia. (2025).

4.5. Experiencias turísticas con mayor potencial de desarrollo en la región

A partir de las fortalezas y oportunidades detectadas en las diferentes instancias de participación ciudadana desarrolladas en el marco de la elaboración de la Política Regional de Turismo se pueden identificar experiencias turísticas con mayor potencial de desarrollo.

- Enoturismo: El Valle del Maipo, con 40 viñas abiertas al turismo, se consolida como un emblema de identidad territorial y un recurso estratégico con alto potencial para el desarrollo del turismo de experiencias, integrando gastronomía, cultura y patrimonio. Este destino se posiciona como el principal referente vitivinícola del país, registrando más de 520 mil visitas en el período previo a la pandemia. El gasto promedio por visitante internacional alcanza los USD 300, mientras que el gasto promedio por visitante nacional se sitúa en USD 150, reflejando una oferta de alto valor agregado. El valle cuenta con bodegas reconocidas internacionalmente, ubicadas en proximidad al centro urbano, y con eventos consolidados que fortalecen su posicionamiento, tales como la “Vendimia del Valle del Maipo”, “El Día del Vino” entre otros.
- Turismo MICE y grandes eventos: Santiago dispone de una infraestructura consolidada para el desarrollo del turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE). Actualmente, se registran más de 25 recintos y centros de convenciones con capacidad superior a

1.000 personas, junto con 34.000 m² destinados a espacios feriales. A ello se suman universidades y espacios culturales con potencial de reconversión, lo que amplía la oferta disponible para este segmento. En materia de alojamiento, Santiago cuenta una capacidad total de 17.000 habitaciones, y donde prevalecen 70 hoteles de 4 y 5 estrellas, que garantiza estándares internacionales de calidad y capacidad de respuesta frente a la demanda de eventos de gran escala.

La competitividad de la ciudad se ve reforzada por reconocimientos internacionales que validan su posicionamiento como destino urbano de referencia. Entre ellos destacan la distinción obtenida en 2024 como “Mejor destino urbano de Sudamérica” en los *World Travel Awards*, así como el reconocimiento de ICCA¹² donde posiciona a Santiago en el tercer lugar de su ranking 2024 (ICCA, 2025).

- Turismo de naturaleza y aventura: El turismo de naturaleza y aventura en Santiago se sustenta en un entorno de montaña que ofrece más de 200 kilómetros de senderos y el mayor dominio esquiable del hemisferio sur, con cinco centros de ski consolidados. Estas condiciones configuran una oportunidad estratégica para posicionar a la región como un destino de montaña de clase mundial. De manera complementaria, se desarrollan planes y actividades orientadas a fortalecer esta vocación turística, tales como acciones de promoción,

12 International Congress and Convention Association.

programas de capacitación y diseño de planes de trabajo que permitan prospectar iniciativas en conjunto.

En este mismo marco es válido mencionar que existen tres experiencias turísticas emergentes con potencial de crecimiento para el desarrollo del turismo en la región:

- **Turismo cultural y creativo:** El turismo cultural y creativo en Santiago se proyecta como un eje estratégico para consolidar la identidad de la región como una ciudad diversa, moderna y culturalmente activa. La oferta integrada de festivales, ferias, museos, gastronomía y barrios patrimoniales permite generar experiencias auténticas que articulan patrimonio material e inmaterial con innovación y creatividad. Territorios como el Barrio Bellas Artes y Peñalolén Creativa han sido priorizados en el mapeo de activos culturales y creativos, identificando recursos tangibles e intangibles con alto potencial para el desarrollo de experiencias turísticas innovadoras y sostenibles. Este enfoque se alinea con la hoja de ruta nacional que impulsa la economía creativa como motor de competitividad y cohesión social, reforzando la marca territorial y
- **Turismo gastronómico:** La ciudad de Santiago cuenta con un gran potencial para el desarrollo del turismo gastronómico, contando con una amplia variedad de restaurantes, pasando desde identidad local hasta la gastronomía cosmopolita de diversos lugares del mundo. Restaurantes de la región han sido destacados en importantes rankings a nivel internacional, destacando algunos como Boragó, Casa las Cujas, Yum Cha, Demo Magnolia y Karai by Mitsuharu, recientemente distinguidos dentro de los 50 mejores restaurantes de Latinoamérica (50 Best Restaurants, 2025).
- **Turismo rural:** Santiago cuenta con 18 comunas rurales con un amplio potencial para el desarrollo del turismo rural, donde visitantes pueden tener un acercamiento a la vida típica rural. Se destacan experiencias como la manufactura en greda y la gastronomía típica en zonas como Pomaire. De igual manera los visitantes pueden conocer procesos productivos asociados a la vida rural chilena como los colmenares de Alhue o recolección de frutillas en San Pedro.

4.6 Perspectiva ciudadana: Un Santiago turístico al 2035

La construcción de la Política Regional de Turismo se apoyó en un proceso participativo amplio, que integró la percepción y las expectativas de quienes habitan y visitan la ciudad de Santiago. En este contexto, la encuesta ciudadana se transformó en un insumo estratégico para comprender

cómo la comunidad vive, valora y proyecta el turismo al 2035, aportando evidencia robusta para orientar decisiones y prioridades. Los resultados obtenidos no solo fortalecen el diagnóstico sectorial, sino que también expresan una visión colectiva sobre el Santiago turístico del futuro, enmarcada

- Entornos seguros y bien mantenidos
- Preservación del patrimonio cultural y ambiental
- Información accesible y promoción activa
- Excelencia en servicios, especialmente en gastronomía y hospitalidad
- Infraestructura conectada que facilite la movilidad y la equidad territorial.

La proyección ciudadana para Santiago al 2035 imagina una ciudad limpia, segura y ordenada; accesible e inclusiva; sostenible y respetuosa del entorno natural; conectada y moderna; culturalmente diversa y hospitalaria; y reconocida por su patrimonio y oferta gastronómica de autor. Esta visión compartida instala un horizonte ambicioso y alcanzable, que refuerza el rol del turismo como herramienta de desarrollo territorial, cohesión social y posicionamiento internacional.

Las respuestas convergen en cinco pilares clave para una experiencia turística de calidad:

Figura n°12: Sueño ciudadano de Santiago turístico al 2035.



Fuente: Elaboración propia. (2025).



4.6 Benchmark internacional para el desarrollo turístico de la ciudad de Santiago

La formulación de una política turística para Santiago, requiere un análisis profundo de los modelos internacionales más avanzados en turismo urbano. Este benchmark considera experiencias de ciudades altamente urbanizadas como Barcelona, Valencia, Lima y París, seleccionadas por su relevancia comparativa y su capacidad de ofrecer aprendizajes aplicables al contexto metropolitano chileno.

4.6.1 Criterios de selección de destinos

Los destinos seleccionados cumplen criterios fundamentales para garantizar su comparabilidad con Santiago. En primer lugar, Barcelona y París comparten altos

niveles de urbanización y una presión turística creciente que ha exigido regulaciones estrictas y regulaciones al respecto (Barcelona Turisme, 2017; Mairie de Paris, 2022). En segundo lugar, Lima incorpora diversidad de productos turísticos similares a los presentes en la ciudad de Santiago, zonas urbanas, patrimoniales, naturaleza y ruralidad, lo que permite identificar paralelos en la gestión multiescalar (Gobierno Regional de Lima, 2019). Finalmente, Valencia representa un caso emblemático de sostenibilidad e innovación turística, con un modelo integral que equilibra desarrollo económico, bienestar ciudadano y eficiencia ambiental (Visit Valencia, 2023).



4.6.2 Análisis de casos internacionales

- **Barcelona:** Barcelona es considerada un referente global en gestión turística sostenible. Su Plan Estratégico de Turismo 2020 propone un modelo colaborativo-participativo, sustentado en la creación de consejos ciudadanos, mesas técnicas y mecanismos de gobernanza que permiten la toma de decisiones colectivas. La ciudad enfrenta importantes desafíos asociados al turismo masivo, especialmente en zonas emblemáticas como La Rambla y el Barrio Gótico. Para enfrentarlos, ha reforzado su liderazgo público mediante regulaciones estrictas sobre alojamientos turísticos, redistribución de visitantes y gestión territorial. El caso de Barcelona es especialmente relevante para la ciudad de Santiago, dado que enfrenta problemáticas similares de presión turística en áreas centrales y necesita un modelo de gobernanza articulado que coordine a municipios, sector privado y ciudadanía.
- **Valencia:** Valencia ha logrado posicionarse como un destino sostenible gracias a su estrategia 2025–2028, que integra criterios ambientales, sociales y económicos. La sostenibilidad no se concibe como un componente accesorio, sino como un eje estructural del modelo de desarrollo turístico (Visit Valencia, 2023). Uno de sus avances más destacados es la participación ciudadana formalizada, que permite que la comunidad influya directamente en la planificación turística. Además, Valencia implementó tecnología avanzada para medir la huella de carbono, monitorear la capacidad de carga en tiempo real y regular actividades según niveles de

saturación. Para la ciudad de Santiago, este enfoque ofrece un marco robusto para integrar sostenibilidad, innovación y convivencia ciudadana.

- **Lima:** Lima constituye un referente latinoamericano con condiciones similares a Santiago: un área metropolitana extensa, múltiples municipios y una oferta turística diversa. Su Plan Estratégico Regional de Turismo destaca la urgencia de coordinar la acción pública en diversas escalas y fortalecer la capacitación, formalización y profesionalización del sector (Gobierno Regional de Lima, 2019). El caso limeño resalta la importancia de integrar turismo urbano, naturaleza, gastronomía y cultura, dimensiones presentes también en la Santiago y esenciales para construir un relato metropolitano coherente.
- **París:** París ha debido enfrentar los efectos más extremos del turismo masivo en Europa. Su Tourism Strategy 2022 incorpora sistemas digitales de monitoreo permanente, gestión anticipada de congestiones, diversificación territorial y fortalecimiento del turismo MICE (Mairie de Paris, 2022). El uso de big data para mapear flujos turísticos permite a París equilibrar el flujo de visitantes y evitar la saturación de zonas patrimoniales como Montmartre y la Île de la Cité. Este enfoque es directamente aplicable a la ciudad de Santiago especialmente para territorios como el centro histórico, barrios patrimoniales y polos emergentes.

El análisis comparado de los casos internacionales revisados permite identificar un conjunto de tendencias comunes que, en su conjunto, delinean los elementos esenciales de un modelo turístico contem-

poráneo aplicado a contextos metropolitanos. En primer lugar, todos los destinos estudiados coinciden en la relevancia de contar con estructuras de gobernanza participativa, capaces de articular intereses públicos, privados y comunitarios. Este tipo de gobernanza se traduce en mesas técnicas permanentes, consejos ciudadanos y mecanismos formales de consulta que aseguran legitimidad, transparencia y corresponsabilidad en la toma de decisiones. La experiencia internacional demuestra que sin estas estructuras, las políticas turísticas tienden a fragmentarse o perder coherencia territorial.

Asimismo, se observa que los destinos más avanzados han logrado integrar la planificación turística con la gestión urbana, entendiendo que el turismo no opera de manera aislada, sino como un componente interdependiente de los sistemas urbanos. Barcelona, París y Valencia incorporan esta visión, articulando el turismo con políticas de movilidad, planificación del uso del suelo, regulación de alojamientos, gestión de espacio público y estrategias de revitalización urbana. Esta integración asegura que el turismo contribuya positivamente a la habitabilidad, reduciendo externalidades negativas como la saturación, el alza de precios o el deterioro patrimonial.

Otro rasgo transversal es la centralidad de la sostenibilidad como eje estructural del desarrollo turístico, especialmente evidente en Valencia y Barcelona. En estos destinos, la sostenibilidad se aborda desde una perspectiva integral, que incluye la reducción de la huella ambiental, la conservación del patrimonio, la mejora del bienestar ciudadano y la implementación

de certificaciones y estándares internacionales. La sostenibilidad ya no se concibe como un atributo deseable, sino como una condición imprescindible para garantizar la viabilidad del turismo en el largo plazo.

En paralelo, la revisión muestra que la profesionalización del ecosistema turístico constituye un componente crítico, particularmente en Lima y París. Ambos casos destacan la importancia de fortalecer capacidades mediante formación especializada, regulación de servicios, certificaciones de calidad y estrategias de formalización. La profesionalización no solo mejora la competitividad del destino, sino que también contribuye a reducir asimetrías, ordenar la oferta y elevar los estándares de atención y seguridad.

Finalmente, se identifica una tendencia creciente hacia la gestión inteligente basada en datos, la cual se ha convertido en un elemento esencial del turismo urbano contemporáneo. Los destinos analizados utilizan sistemas avanzados de monitoreo, análisis en tiempo real, indicadores de saturación y herramientas digitales que permiten anticipar problemas, redistribuir flujos, optimizar recursos y mejorar la experiencia turística. Esta transición hacia modelos de “destino inteligente” representa una oportunidad estratégica para ciudades como Santiago, que requieren información sólida para gestionar territorios complejos y dinámico.

4.6.3 Implicancias estratégicas para la ciudad de Santiago

El análisis comparado de distintas experiencias internacionales permite identificar un conjunto de implicancias estratégicas

que resultan fundamentales para orientar el desarrollo turístico de Santiago. En primer lugar, se evidencia la necesidad de avanzar hacia una gobernanza metropolitana sólida y permanente, capaz de articular a los múltiples actores que intervienen en la actividad turística. Para ello, la creación de un comité estratégico asesor en turismo y darle continuidad a la mesa regional se presentan como una herramienta clave. Estas instancias permitirían coordinar decisiones, alinear políticas, evitar duplicidades institucionales y asegurar la continuidad de las iniciativas en el tiempo. Tal como lo demuestran las experiencias de Barcelona y Valencia, los modelos exitosos se sustentan en estructuras estables que integran al sector público, privado, académico y comunitario, promoviendo procesos deliberativos basados en evidencia y orientados al interés general.

En segundo término, Santiago requiere implementar un sistema de gestión turística inteligente, basado en el uso de datos y herramientas tecnológicas. Siguiendo la experiencia de París, la incorporación de sistemas de monitoreo en tiempo real, análisis predictivo y visualización territorial permitiría comprender de manera más precisa la dinámica de los flujos turísticos, identificar puntos de saturación, anticipar conflictos en el espacio público y mejorar la coordinación entre municipios. Esta capacidad de gestión basada en evidencia fortalecería la toma de decisiones estratégicas, facilitando la distribución equilibrada de visitantes y optimizando la planificación urbana asociada al turismo. En un territorio metropolitano extenso y diverso como Santiago, la gestión inteligente se vuelve indispensable para avanzar hacia un modelo de destino sostenible y resiliente.

Asimismo, la ciudad enfrenta el desafío de construir y proyectar una identidad turística metropolitana coherente, que permita posicionarla como un destino diverso y competitivo. La región cuenta con una combinación única de patrimonio histórico, atractivos culturales contemporáneos, naturaleza de montaña, paisajes rurales y oferta gastronómica, pero estos atributos suelen presentarse de manera fragmentada. Para mejorar su posicionamiento, resulta esencial articular un relato integrador que destaque los contrastes y armonías del territorio, poniendo en valor su carácter urbano y natural, su identidad cultural y su vocación como centro de innovación y vida contemporánea. Esta narrativa permitirá consolidar una marca turística reconocible, diferenciada y alineada con las tendencias globales de búsqueda de experiencias auténticas y conectadas con el entorno.

Finalmente, la sostenibilidad debe transversalizar todo el desarrollo turístico de la ciudad, configurándose como un eje estructural de la política regional. Esto implica incorporar certificaciones, estándares y métricas permanentes que permitan evaluar la huella ambiental, el desempeño económico del sector y los impactos sociales del turismo. Experiencias como las de Valencia y Barcelona demuestran que la sostenibilidad integral, ambiental, social y económica, es indispensable para garantizar la habitabilidad urbana, proteger el patrimonio, cuidar los ecosistemas y fortalecer la competitividad del destino en el largo plazo. Para Santiago, este enfoque implica promover prácticas responsables entre operadores turísticos, incentivar inversiones con criterios de sostenibilidad, gestionar adecuadamente los recursos

naturales y fortalecer los procesos de educación y sensibilización ciudadana.

En conjunto, estas cuatro implicancias estratégicas, gobernanza multinivel y multisectorial, gestión inteligente, identidad

territorial y sostenibilidad transversal conforman una hoja de ruta indispensable para consolidar a Santiago como un destino contemporáneo, equilibrado, atractivo y resiliente frente a los desafíos globales del turismo urbano.

Vista área de Santiago



5. POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO DE SANTIAGO

La Política Regional de Turismo (PRT) se concibe como un instrumento estratégico que define el rumbo del turismo regional, integrando planificación, innovación y sostenibilidad en un marco participativo. Su propósito es consolidar un modelo que potencie las vocaciones turísticas del territorio, promueva experiencias auténticas y fortalezca la competitividad, asegurando que el desarrollo turístico contribuya al bienestar social, la equidad y la resiliencia frente a los desafíos globales.

Para lo anterior, desarrolla su estrategia basada en misiones que operan como vectores de cambio que movilizan recursos,

articulan actores y traducen los principios rectores en acciones concretas. Cada misión se vincula con iniciativas estratégicas que permiten avanzar hacia un modelo turístico más justo, resiliente y sostenible, en coherencia con las directrices nacionales y regionales.

La definición de estas misiones y sus iniciativas se sustentan en cuatro principios rectores que orientan transversalmente el diseño e implementación de la política: desarrollo turístico sostenible, equidad de género e inclusión, competitividad e innovación del ecosistema turístico, y diversidad e identidad territorial.

Figura n°13: Principios de la Política Regional de Turismo de Santiago.

Desarrollo turístico sostenible

Promueve una gestión colaborativa y participativa, basada en el respeto por los territorios y la articulación de saberes técnicos y locales. Fomenta redes que impulsan la planificación conjunta, la innovación, la economía circular y la seguridad, proyectando un turismo con visión de largo plazo.

Equidad de género e inclusión

Incorpora la equidad de género como eje transversal y la inclusión como garantía de acceso, reconocimiento y dignidad. Se promueve la participación en procesos estratégicos, el uso de metodologías inclusivas y la generación de información que visibilice brechas y oriente soluciones concretas.

Ecosistema turístico competitivo e innovador

Orienta el fortalecimiento de un ecosistema dinámico, resiliente y de calidad, mediante inversiones en infraestructura, conectividad, accesibilidad y tecnologías digitales. A través de redes colaborativas, se impulsa la creación de destinos especializados y la planificación sostenible.

Diversidad e identidad territorial

Reconoce la pluralidad cultural, natural y social de la región como valor estratégico. Promueve un turismo que articula comunidades, saberes y memorias, visibilizando la identidad territorial mediante rutas, actividades culturales y plataformas accesibles que proyectan a la ciudad de Santiago como un destino auténtico.

Fuente: Elaboración propia. (2025).

5.1 Imagen objetivo

La ciudad de Santiago transita un momento clave para proyectar un modelo turístico sostenible, inclusivo y competitivo, en un contexto de transformación social, ambiental y tecnológica. Esta imagen objetivo surge como una construcción colectiva que orienta la acción pública y privada, moviliza capacidades institucionales y refleja los principios rectores de la política, así como reconoce las principales brechas y oportunidades de la región.

Santiago se proyecta al 2035 como una capital turística vibrante, donde la naturaleza, la cultura, el vino, la aventura y los grandes eventos se integran en una oferta diversa, accesible y con sentido de pertenencia, fortaleciendo el vínculo entre quienes habitan y visitan el territorio.

Santiago será, al 2035, una capital vibrante y sostenible, donde la naturaleza, la aventura, el vino, la cultura y los grandes eventos se combinan para ofrecer experiencias únicas, diversas e inclusivas.

Esta visión de futuro se sustenta en una articulación territorial e institucional que pone en el centro a las personas, visitantes y anfitriones que, desde una actividad turística sostenible y resiliente, contribuyen al desarrollo integral de la región. La política busca consolidar un modelo que promueva experiencias auténticas y seguras, fortaleciendo la identidad cultural y natural de la ciudad, al tiempo que impulsa la innovación, la conectividad y la equidad territorial.

Para avanzar hacia esta imagen objetivo, es esencial reconocer las vocaciones turísticas de la región, como el turismo de montaña, las experiencias de enoturismo, la oferta cultural y los grandes eventos, y poten-

ciarlas mediante estrategias que integren sostenibilidad, inclusión y competitividad.

La articulación entre sector público, privado, academia y sociedad civil será clave para generar un ecosistema turístico dinámico, capaz de responder a los desafíos globales y posicionar a Santiago como una capital vibrante y hospitalaria en América Latina.

Esta política no solo proyecta un turismo que diversifica la economía regional, sino que también refuerza la cohesión social y la calidad de vida, instalando al turismo como una herramienta estratégica para el desarrollo sostenible y el posicionamiento internacional de la ciudad de Santiago al 2035.



Gastronomía Bellavista

5.2 Misiones de la Política Regional de Turismo

A partir del proceso participativo y las actividades territoriales desarrolladas, se definieron las misiones que orientarán las acciones estratégicas de la política. Estas misiones representan ejes transformadores que articulan las vocaciones turísticas de la región y movilizan recursos, actores y capacidades para avanzar hacia la imagen objetivo proyectada al 2035. Trabajar bajo el enfoque de políticas orientadas por misión implica priorizar esfuerzos de manera estratégica e innovadora, asegurando que cada iniciativa contribuya a consolidar un modelo turístico sostenible, inclusivo y competitivo para Santiago.

Para cada misión se incorporan ambiciones que inspiran y proyectan el alcance transformador deseado al 2035, fortaleciendo la visión compartida y potenciando la acción colectiva como motor del cambio, el cual tiene su proyección en áreas programáticas a trabajar con cada una de estas misiones:

Misión 1. Santiago, capital de vino y montañas.

Santiago al 2035 será reconocida como un referente latinoamericano en enoturismo, con una oferta diversa de bodegas abiertas al turismo, y como capital de actividades de montaña, naturaleza y aventura, garantizando acceso inclusivo y seguro para residentes y visitantes, integrando dos vocaciones estratégicas que fortalecen la identidad

territorial y diversifican la oferta turística.

Meta de la misión 1: Para el cumplimiento de tal misión se proyecta aumentar en 30 % las llegadas a viñas y en 20 % el gasto promedio diario, junto con un incremento del 20 % en visitas y gasto en centros y actividades de montaña, consolidando una oferta diversa, segura y competitiva¹³.

Para lograr esta misión se plantean las siguientes áreas programáticas:

1. Desarrollo y diversificación de experiencias turísticas de vino, montaña y naturaleza: impulsa la creación, sofisticación y diversificación de experiencias vinculadas al enoturismo, la montaña y el turismo de naturaleza. Considera el diseño de rutas y circuitos integrados, la incorporación de estándares de calidad y sostenibilidad, la innovación en productos turísticos, fortalecimiento de servicios complementarios que mejoren la competitividad territorial. El foco está en construir una oferta diversa, de alto valor y alineada con la identidad regional.
2. Articulación y fortalecimiento de ecosistemas turísticos territoriales: promueve la articulación entre viñas, municipios, centros de montaña, comunidades rurales, operadores turísticos y actores públicos para consolidar ecosistemas coordinados y colaborativos. Incluye la creación de corredores turísticos

13 Según Catastro nacional de Enoturismo 2020; Enoturismo Chile el 2019 se registran 520.000 llegadas al Valle del Maipo – Gasto promedio en tienda Viña: Turista internacional \$23.265 y Turista nacional: 28.161.; (Enoturismo Chile, 2020). Adicionalmente, según Andes Santiago (2024), en el año 2024 910.000 personas, según compra de tickets en centros de ski.

(vino, montaña y ruralidad), la mejora de accesos y conectividad, la coordinación de eventos territoriales, la profesionalización de servicios y la instalación de una gobernanza estable para el desarrollo del enoturismo y el turismo de montaña. Su propósito es ordenar, cohesionar y elevar el estándar de los destinos clave de la región.

3. Sostenibilidad, seguridad y gestión inteligente de los destinos de vino y montaña: se orienta a asegurar que el desarrollo turístico sea sostenible, seguro e informado. Aborda la gestión del riesgo en actividades de montaña y aventura, la conservación ambiental, la educación al visitante, y la implementación de sistemas de monitoreo e inteligencia turística para la toma de decisiones. También considera la accesibilidad universal, la señalética integral, y la mejora continua de infraestructuras críticas. El objetivo es garantizar experiencias de calidad, seguras y responsables, proyectando a Santiago como un destino preparado y moderno.

Misión 2: Santiago, capital global de negocios y grandes eventos

Al 2035, Santiago se consolidará como una capital diversa, cultural y vibrante, siendo referente a nivel latinoamericano y global en el desarrollo del turismo de negocios, congresos y convenciones y como un destino ideal para eventos de escala mundial.

Meta de la misión 2: Para el cumplimiento de tal misión, se espera como meta que Santiago se consolide como referente en el desarrollo del turismo de negocios y congresos manteniéndose dentro de los 3 primeros lugares del ranking ICCA en Latinoamérica, además se incremente en un 20% el gasto promedio del visitante MICE al 2035¹⁴.

Para lograr esta misión se plantean las siguientes áreas programáticas:

1. Posicionamiento internacional y marketing estratégico de Santiago como destino global: impulsa un posicionamiento sólido y coherente de Santiago en los mercados nacionales e internacionales, fortaleciendo su identidad como capital cultural, diversa y vibrante. Considera campañas integradas de marketing territorial, acciones de promoción turística, generación de marca y presencia en ferias especializadas. Incluye el despliegue de estrategias multicanal para atraer visitantes del segmento MICE, eventos culturales, deportivos y de gran escala, proyectando a Santiago como un destino competitivo y con proyección global.
2. Fortalecimiento del ecosistema MICE y atracción de grandes eventos: busca consolidar a Santiago como un destino líder en turismo de negocios, congresos, ferias y convenciones. Integra acciones para atraer eventos internacionales, mejorar la infraestructura y servicios MICE, profesionalizar la cadena de valor, y ar-

¹⁴ Santiago alcanzó en 2024 el segundo lugar en Latinoamérica en número de eventos internacionales, con 60 actividades registradas según ICCA. Asimismo, el gasto turístico promedio diario por persona se estima en US\$ 109,4, de acuerdo con la línea base 2023 reportada por SERNATUR

ticular actores públicos y privados en la captación y gestión de eventos. También incorpora el apoyo, promoción y coordinación de eventos masivos culturales, deportivos y corporativos, reforzando la capacidad de la ciudad para organizarlos con estándares de clase mundial.

3. Desarrollo de experiencias urbanas, patrimoniales, gastronómicas y nocturnas de alto valor: promueve el fortalecimiento del turismo urbano y barrial mediante la puesta en valor de circuitos patrimoniales, identidad local, gastronomía, vida nocturna y experiencias creativas. Impulsa la diversificación de la oferta en barrios vibrantes, la creación de rutas culturales y gastronómicas, la activación de espacios públicos y la mejora de la calidad de la experiencia del visitante. El objetivo es consolidar una ciudad dinámica, segura y atractiva, cuyo ecosistema urbano complemente y potencie la oferta MICE y de grandes eventos.

Misión 3: Santiago, capital del turismo sostenible, seguro y de calidad

Consolidar a Santiago como un destino diverso, sostenible y de alto valor experiencial al 2035, que ofrezca un turismo seguro, formal y de calidad, articulando y coordinando a los actores e instituciones incumbentes en este propósito.

Meta de la misión 3: Al 2035, Santiago se consolidará como un destino diverso y sostenible, reconocido por ofrecer expe-

riencias turísticas seguras, formales y de alta calidad. Se proyecta una gobernanza público-privada robusta, capaz de articular y monitorear el desarrollo turístico regional, junto con una planificación territorial que permita ordenar la actividad en al menos el 60% de los municipios de la ciudad, por medio de instrumentos de planificación turística, fortaleciendo la competitividad y la cohesión del sector¹⁵.

Para lograr esta misión se plantean las siguientes áreas programáticas:

1. Planificación, gobernanza y gestión sostenible del destino: impulsa una gobernanza robusta, transparente y coordinada entre actores públicos, privados y comunitarios, orientada a ordenar el desarrollo turístico de la región. Considera la actualización e implementación de instrumentos de planificación turística, la gestión responsable de impactos ambientales y socioculturales, y la incorporación de criterios de sostenibilidad en infraestructura, servicios y operaciones. Su propósito es asegurar un crecimiento equilibrado, territorialmente coherente y alineado con estándares internacionales de sostenibilidad.
2. Calidad, seguridad y formalización de la experiencia turística: se orienta a consolidar un destino seguro, formal y de alto valor experiencial. Incluye acciones para fortalecer la seguridad turística, protocolos de atención y respuesta, sistemas de información al visitante, mejora continua de la calidad del servicio y programas

15 Al año 2024 se constata la inexistencia de un modelo de gobernanza turística metropolitana articulado, así como la existencia de nueve PLADETUR vigentes, lo que refleja una planificación local fragmentada y sin mecanismos de coordinación regional efectivos.

de formalización del sector. También integra el turismo inclusivo y accesible como principio transversal, garantizando que los servicios, espacios y experiencias sean plenamente accesibles y que el turismo contribuya al bienestar de residentes y visitantes.

3. Desarrollo de capacidades, transformación digital e inteligencia turística: busca fortalecer al capital humano y la competitividad del sector mediante programas de formación en idiomas,

primeros auxilios, atención al cliente, digitalización y habilidades técnicas. Además, impulsa la adopción de herramientas tecnológicas, plataformas de monitoreo, inteligencia de mercado y soluciones basadas en datos e inteligencia artificial que permitan comprender el comportamiento del visitante, optimizar decisiones y mejorar la oferta turística. El objetivo es consolidar un destino moderno, informado y preparado para los desafíos actuales del turismo.

Fuente de Neptuno - Cerro Santa Lucía



6. PLAN DE ACCIÓN

Para materializar cada una de las misiones y lograr las metas planteadas al 2035 se articulan con acciones estratégicas que permitan convertir en realidad la aspiración de la imagen de ciudad turística de Santiago al 2035. Cada línea establece el vínculo operativo entre la imagen objetivo, las áreas programáticas y las acciones concretas, asegurando que los esfuerzos contribuyan al cumplimiento de las metas e indicadores asociados tanto a las misiones como a las iniciativas que las integran.

Misión 1. SANTIAGO, CAPITAL DE VINO Y MONTAÑAS.

Área programática	Iniciativa	Descripción
Desarrollo y diversificación de experiencias turísticas de vino, montaña y naturaleza.	Programa de turismo con identidad rural.	Iniciativa orientada a fortalecer el turismo rural en la región mediante la valorización del patrimonio cultural, las tradiciones y la identidad local, promoviendo experiencias auténticas y sostenibles que generen beneficios económicos y sociales para las comunidades anfitrionas. Esta acción contempla el desarrollo de productos turísticos diferenciados, la mejora de capacidades en emprendimientos rurales, la incorporación de estándares de calidad y la articulación con experiencias regionales, contribuyendo a diversificar la oferta y posicionar el territorio como un destino que integra naturaleza, cultura y hospitalidad.
	Vendimia Valle del Maipo.	La iniciativa busca consolidar a Santiago como capital latinoamericana del vino, destacando la Vendimia del Valle del Maipo como el principal evento vitivinícola de la ciudad y uno de los más relevantes del país. Este encuentro se proyecta como plataforma de visibilidad internacional, articulando bodegas abiertas al turismo con la cultura y la gastronomía local, generando experiencias integrales de alto valor para residentes y visitantes.

Área programática	Iniciativa	Descripción
		La Vendimia se plantea como hito anual capaz de dinamizar la economía regional, fortalecer la identidad territorial y posicionar al Valle del Maipo como referente enoturístico. Con ello, se avanza hacia la consolidación de Santiago como destino líder en experiencias de vino, integrando sostenibilidad, inclusión y proyección global al 2035.
	Santiago capital del turismo de montaña.	La iniciativa busca democratizar el acceso a la montaña en Santiago, promoviendo una cultura de montaña que fomente el uso responsable e informado del patrimonio natural. Se orienta a posicionar a Santiago como la capital latinoamericana del turismo de montaña, mediante el desarrollo de una oferta diversificada, de calidad y sustentable, capaz de integrar naturaleza, aventura y bienestar en experiencias de alto valor.
Articulación y fortalecimiento de ecosistemas turísticos territoriales.	Gobernanza enoturismo Valle del Maipo.	La iniciativa busca conformar la gobernanza de Enoturismo del Valle del Maipo mediante un plan de gestión compartido que articule a las viñas en torno a una coordinación colaborativa y sostenible. Se orienta a fortalecer la integración entre producción vitivinícola, cultura y gastronomía, reduciendo brechas del sector y consolidando un ecosistema competitivo.
Sostenibilidad, seguridad y gestión inteligente de los destinos de vino y montaña.	Infraestructura habilitante en turismo.	Iniciativa orientada a desarrollar y mejorar la infraestructura habilitante para el turismo en la ciudad, asegurando condiciones óptimas para la experiencia de visitantes y la competitividad del destino. Esta acción considera la implementación de equipamientos, señalítica, accesibilidad universal y conectividad en áreas estratégicas vinculadas al enoturismo, turismo de montaña, aventura y naturaleza, turismo rural, urbano y patrimonial. La iniciativa busca fortalecer la base física que sustenta la oferta turística, garantizando estándares de calidad, sostenibilidad y seguridad.

Misión 2: SANTIAGO, CAPITAL GLOBAL DE NEGOCIOS Y GRANDES EVENTOS.

Área programática	Iniciativa	Descripción
Posicionamiento internacional y marketing estratégico de Santiago como destino global.	Plan de promoción turística internacional.	Iniciativa orientada a diseñar e implementar un plan integral de promoción turística internacional para Santiago que posicione la ciudad como un destino diverso, inclusivo y competitivo en mercados estratégicos. El plan combinará campañas digitales, presencia en ferias internacionales, alianzas con operadores globales y acciones de marketing territorial, articulando los atributos de las tres misiones. Esta acción busca fortalecer la visibilidad internacional de Santiago, incrementar la llegada de visitantes y consolidar su identidad como capital turística de referencia en América Latina.
	Creación marca ciudad turística para Santiago.	Iniciativa orientada a diseñar e implementar la marca ciudad turística de Santiago mediante un proceso participativo, que proyecte su identidad como capital dinámica y sostenible. La marca integrará atributos de naturaleza, aventura, vino, cultura y grandes eventos, posicionando a la ciudad como un destino diverso, inclusivo, seguro y competitivo en mercados nacionales e internacionales. Esta acción articula los ejes estratégicos de las tres misiones y se constituye en herramienta clave para fortalecer la identidad territorial y potenciar la promoción turística.
Fortalecimiento del ecosistema MICE y atracción de grandes eventos.	Plan de apoyo a eventos turísticos, culturales y deportivos de Santiago.	La iniciativa se orienta a implementar un plan integral de apoyo a los eventos turísticos, con el fin de consolidar a Santiago como ciudad líder en la organización de experiencias masivas culturales, deportivas y artísticas. Se plantea la articulación de un calendario integrado y el desarrollo de estrategias de promoción y acompañamiento que fortalezcan la competitividad del destino en el mercado nacional e internacional.

Área programática	Iniciativa	Descripción
		El propósito es dinamizar la oferta de eventos de gran escala, potenciar la identidad cultural y proyectar a Santiago como referente en la industria de espectáculos y turismo de eventos. De esta manera, se busca generar un ecosistema robusto que impulse la economía regional, amplíe la diversidad de actividades y posicione a la ciudad como capital de experiencias turísticas de alto impacto hacia 2035.
	Plan de trabajo Santiago MICE Bureau.	La iniciativa se orienta al reposicionamiento de Santiago como destino turístico de referencia en Latinoamérica para congresos, ferias, incentivos, conferencias y exhibiciones. Se plantea la creación de un MICE Bureau que articule esfuerzos de promoción, participación en ferias y eventos internacionales, gestión colaborativa para la captura de congresos y coordinación de visitas de inspección y familiarización. El propósito es consolidar a Santiago como una de las principales sedes de eventos y convenciones de la región, mediante una oferta integrada, innovadora y sostenible que refuerce su competitividad global. La iniciativa busca dinamizar la economía regional, fortalecer la imagen ciudad turística y proyectar a Santiago como capital diversa, cultural y vibrante, posicionándola estratégicamente en el circuito internacional de turismo de negocios hacia 2035.

Área programática	Iniciativa	Descripción
Desarrollo de experiencias urbanas, patrimoniales, gastronómicas y nocturnas de alto valor.	Santiago nocturno.	Iniciativa orientada a fortalecer la oferta turística nocturna en la región, consolidando a Santiago como un destino vibrante y seguro para experiencias culturales, gastronómicas y recreativas. El Gobierno de Santiago asume un rol articulador clave, coordinando actores públicos y privados para garantizar estándares de seguridad, accesibilidad y calidad en la oferta. La acción contempla el diseño de circuitos nocturnos, la promoción de eventos masivos y actividades en barrios patrimoniales, junto con la vinculación estratégica con operadores y establecimientos para diversificar experiencias. Esta iniciativa busca posicionar la vida nocturna como un atributo distintivo de la ciudad de Santiago, generando valor económico y cultural, y contribuyendo a la competitividad turística regional.
	Santiago caminable y pedaleable.	Iniciativa orientada a promover la movilidad activa en la región mediante el desarrollo de infraestructura y servicios que faciliten recorridos turísticos a pie y en bicicleta. Esta acción busca integrar circuitos urbanos, patrimoniales y naturales con condiciones seguras, accesibles y sostenibles, fomentando experiencias que conecten a visitantes y residentes con el territorio de manera saludable y amigable con el medio ambiente. La iniciativa contempla la habilitación de rutas señalizadas, puntos de descanso, sistemas de información digital y campañas de promoción, consolidando a Santiago como un destino que privilegia la movilidad activa y la calidad de vida.

Área programática	Iniciativa	Descripción
	Programa Re-Encántate de Santiago.	La iniciativa se orienta a facilitar una experiencia integral y enriquecedora para las personas mayores de Santiago, promoviendo la salud mental, la recreación al aire libre y el fortalecimiento del turismo interno. Se plantea como un programa inclusivo que articula actividades culturales, deportivas y de bienestar, acercando la oferta turística de Santiago a este segmento de la población y fomentando su participación en la vida comunitaria. El propósito es generar un impacto positivo en la calidad de vida de las personas mayores, apoyando y facilitando la participación de las 52 comunas de la región. De esta manera, el programa contribuye a consolidar un modelo de turismo social y accesible, que reconoce el valor de la tercera edad en la construcción de identidad territorial y proyecta a Santiago como ciudad inclusiva y diversa hacia 2035.
	Experiencias enogastronómicas urbanas.	La iniciativa busca impulsar el desarrollo de experiencias enogastronómicas urbanas en Santiago, integrando la cultura del vino y la gastronomía local en circuitos y actividades que fortalezcan la identidad patrimonial y la vida nocturna de la ciudad. Se contempla la creación de rutas gastronómicas en barrios emblemáticos, la promoción de degustaciones y maridajes en espacios urbanos, y la articulación con restaurantes, bares, mercados patrimoniales y barrios urbanos para consolidar una oferta diversa, inclusiva y de calidad. El propósito es posicionar la enogastronomía urbana como un atributo distintivo de la capital, generando valor cultural y económico, dinamizando la participación ciudadana y proyectando a Santiago como referente latinoamericano en turismo patrimonial, gastronómico y nocturno hacia 2035.

Misión 3: SANTIAGO, CAPITAL DEL TURISMO SOSTENIBLE, SEGURO Y DE CALIDAD.

Área programática	Iniciativa	Descripción
Planificación, gobernanza y gestión sostenible del destino.	Gobernanza turística regional.	Iniciativa orientada a establecer un sistema robusto de gobernanza turística para Santiago, que articule de manera efectiva a actores públicos, privados, académicos y comunitarios en la toma de decisiones. Este sistema busca garantizar la coordinación multisectorial y multinivel, transparencia y participación ciudadana, promoviendo la implementación de mecanismos de gestión colaborativa, instancias de diálogo permanente y herramientas digitales para el seguimiento de acciones. La gobernanza turística se constituye como un pilar estratégico para asegurar la sostenibilidad, la calidad y la competitividad del destino, integrando todas las líneas de acción y fortaleciendo la capacidad institucional para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades.
Calidad, seguridad y formalización de la experiencia turística.	Sistema de coordinación para la seguridad turística de Santiago.	Coordinación y articulación interinstitucional para fortalecer la seguridad, fiscalización y formalización de la actividad turística en la ciudad de Santiago.
	Turismo inclusivo y accesible para todas y todos.	La iniciativa busca promover un turismo inclusivo en Santiago mediante el diseño de rutas accesibles y la capacitación de personal turístico, incorporando criterios de diseño universal, señalética inclusiva y equipamiento adaptado. Se plantea como una estrategia que asegura atención de calidad y accesibilidad universal para personas con discapacidad y neurodivergencias, fortaleciendo la diversidad y la equidad en la oferta turística de la ciudad.

Área programática	Iniciativa	Descripción
		El propósito es consolidar un modelo de turismo que garantice experiencias integrales y sin barreras, ampliando la participación ciudadana y proyectando a Santiago como un destino inclusivo y referente en accesibilidad. De esta manera, cada zona, barrio o sector turístico promovido oficialmente se convierte en un espacio que refleja la identidad de la ciudad y su compromiso con la inclusión hacia 2035.
	Plan de conciencia turística regional.	Iniciativa orientada a promover la conciencia turística en comunidades locales y actores del sector, fortaleciendo el sentido de pertenencia, la valoración del patrimonio y la responsabilidad compartida en la gestión del destino. Esta acción busca generar una cultura turística inclusiva y sostenible mediante programas de sensibilización, educación y participación, que integren a residentes, prestadores de servicios y visitantes en la construcción de experiencias auténticas y respetuosas con el entorno. La iniciativa se constituye como un pilar para consolidar la identidad territorial, mejorar la convivencia entre turismo y comunidad, y garantizar beneficios equitativos para quienes habitan y reciben visitantes en Santiago.
Desarrollo de capacidades, transformación digital e inteligencia turística.	Plan de capacitación y fortalecimiento del talento humano en turismo.	La iniciativa busca impulsar la profesionalización del sector turístico de Santiago mediante programas de formación técnica y procesos de capacitación continua, orientados a la instalación efectiva de competencias laborales con pertinencia turística. Se plantea como una estrategia que fortalece a emprendedores, guías, artesanos, MiPymes y personal de contacto, promoviendo la calidad del servicio y la consolidación de un ecosistema turístico más competitivo y sostenible.

Área programática	Iniciativa	Descripción
		El propósito es desarrollar un plan integral de capacitación que articule a las distintas instituciones de formación con pertinencia turística, generando una cobertura amplia y campañas de sensibilización que fortalezcan la cultura de la profesionalización en el sector. De esta manera, Santiago se proyecta hacia 2035 como un destino preparado, con actores capacitados y comprometidos con la excelencia, capaz de ofrecer experiencias auténticas y de calidad a residentes y visitantes.
	Plan de digitalización, IA e innovación para la industria turística de Santiago.	Iniciativa orientada a impulsar la transformación digital del ecosistema turístico de la región mediante la incorporación de tecnologías avanzadas, inteligencia artificial e innovación en procesos y servicios. Esta acción busca optimizar la gestión del turismo en Santiago, mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la competitividad del sector, integrando soluciones digitales para promoción, comercialización, análisis de datos y toma de decisiones. La iniciativa contempla el desarrollo de plataformas inteligentes, herramientas de automatización y programas de capacitación en competencias digitales, asegurando que Santiago se posicione como un destino moderno, conectado y resiliente frente a los desafíos del turismo global.

Figura n° 14: Cuadro resumen de la Política Regional de Turismo.



Fuente: Elaboración propia. (2025).

Iniciativas Priorizadas: Articulación y Seguimiento

El plan de acción de la Política Regional de Turismo, a través de sus 19 iniciativas, establece las bases para orientar el desarrollo turístico de la región durante los próximos diez años. No obstante, resulta fundamental definir prioridades dentro de este conjunto, identificando aquellas iniciativas que, por su impacto y urgencia, deben ser abordadas en primera instancia. Estas prioridades permiten construir los cimientos necesarios para acelerar el desarrollo turístico y activar los elementos transformadores definidos en cada misión.

A continuación, se presentan los 10 ámbitos a priorizar por parte de la Política Regional de Turismo:

- 01 | Creación marca ciudad turística para Santiago.
- 02 | Plan de promoción turística internacional.
- 03 | Gobernanza turística regional.
- 04 | Infraestructura habilitante en turismo.
- 05 | Plan de seguridad y formalización turística para el turismo de la ciudad de Santiago.
- 06 | Plan de digitalización, IA e innovación para la industria turística regional.
- 07 | Plan de conciencia turística regional.
- 08 | Programa de turismo con identidad rural.
- 09 | Santiago nocturno.
- 10 | Santiago caminable y pedaleable.

Iglesia Las Carmelitas



7. INTEGRACIÓN Y VINCULACIÓN DE POLÍTICAS DE SANTIAGO

La articulación entre políticas regionales es un elemento clave para garantizar coherencia y potenciar sinergias que contribuyan a un desarrollo territorial equilibrado y sostenible. En este marco, la Política Regional de Turismo no se concibe como un instrumento aislado, sino como parte de un entramado estratégico que conecta con otras políticas y planes de la ciudad, asegurando que las acciones converjan hacia objetivos comunes y complementarios.

Desde la Estrategia Regional de Desarrollo (ERD) de Santiago, las misiones de la Política Regional de Turismo se vinculan directamente con cinco lineamientos estratégicos fundamentales:

- Lineamiento 2: Seguridad regional y barrial a escala humana.
- Lineamiento 3: Espacios públicos inclusivos.
- Lineamiento 5: Medioambiente y territorio resiliente.
- Lineamiento 6: Nuevas economías para el desarrollo sostenible, innovación y turismo.
- Lineamiento 7: Gobernanza multinivel con participación ciudadana.

Esta relación no solo refuerza la coherencia entre instrumentos, sino que permite que el turismo se integre como motor de desarrollo social, económico y ambiental, en sintonía con los principios transversales de la ERD: equidad de género, inclusión y sostenibilidad.

La articulación con la Política de Desarrollo Económico Regional (PDE) 2025–2035 es aún más profunda, pues la política, junto con la construcción de la marca e imagen regional, se incorpora como iniciativa estratégica dentro del área programática “Potenciar el turismo seguro y sustentable”, correspondiente a la primera misión de la PDE (Santiago productivo y competitivo: creando una economía con propósito). Asimismo, en la segunda misión de la PDE (Santiago capital emprendedora: un ecosistema que inspira y conecta), se considera el área programática “Turismo rural y de intereses especiales como motor de emprendimiento”, que incluye tres iniciativas clave: desarrollo de emprendimientos turísticos, organización de eventos nacionales e internacionales e impulso a las Zonas de Interés Turístico (ZOIT). Esta integración evidencia cómo el turismo se convierte en un catalizador para la diversificación económica y la generación de oportunidades en todo el territorio.

La Política Regional de Turismo también se vincula con la Estrategia y Política Regional de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación (CTCI) 2025–2035, a través del lineamiento compartido N°6: Nuevas economías para el desarrollo sostenible, innovación y turismo. Desde este enfoque, ambas políticas contribuyen a crear condiciones físicas e institucionales que fortalezcan ecosistemas colaborativos basados en innovación y sostenibilidad, dinamizando emprendimientos, cadenas de valor y la economía regional, en respuesta a los desafíos territoriales y empresariales.

Por otra parte, la Política Regional de Turismo mantiene una relación directa con la Política de Género, integrando la perspectiva de equidad e inclusión en su diseño e implementación. Esto incluye la generación de datos desagregados por género para orientar decisiones estratégicas y promover igualdad en el acceso a oportunidades dentro del sector turístico.

Considerando, además, la importancia del desarrollo sostenible en la actividad turística, la Política Regional de Turismo se alinea con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, contribuyendo especialmente a los ODS:

- ODS 3: Salud y bienestar.
- ODS 5: Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres.

- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9: Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10: Reducción de desigualdades.
- ODS 11: Ciudades sostenibles.
- ODS 12: Producción y consumo responsables.
- ODS 13: Acción por el clima.

Finalmente, la Política Regional de Turismo debe asumirse como un instrumento orientador que trascienda el nivel de la capital regional y se proyecte hacia las provincias y comunas que conforman toda la región. Su propósito es servir como marco de referencia para la planificación local, articulando los lineamientos estratégicos en los Planes de desarrollo comunal (PLADECO) y, especialmente, en los Planes de desarrollo turístico comunal (PLADETUR). De este modo, la Política Regional de Turismo se convierte en una guía para la toma de decisiones en materia turística a nivel local, asegurando coherencia, fortaleciendo capacidades y promoviendo una visión compartida que permita avanzar hacia un modelo de turismo sostenible, inclusivo y competitivo en todo el territorio.



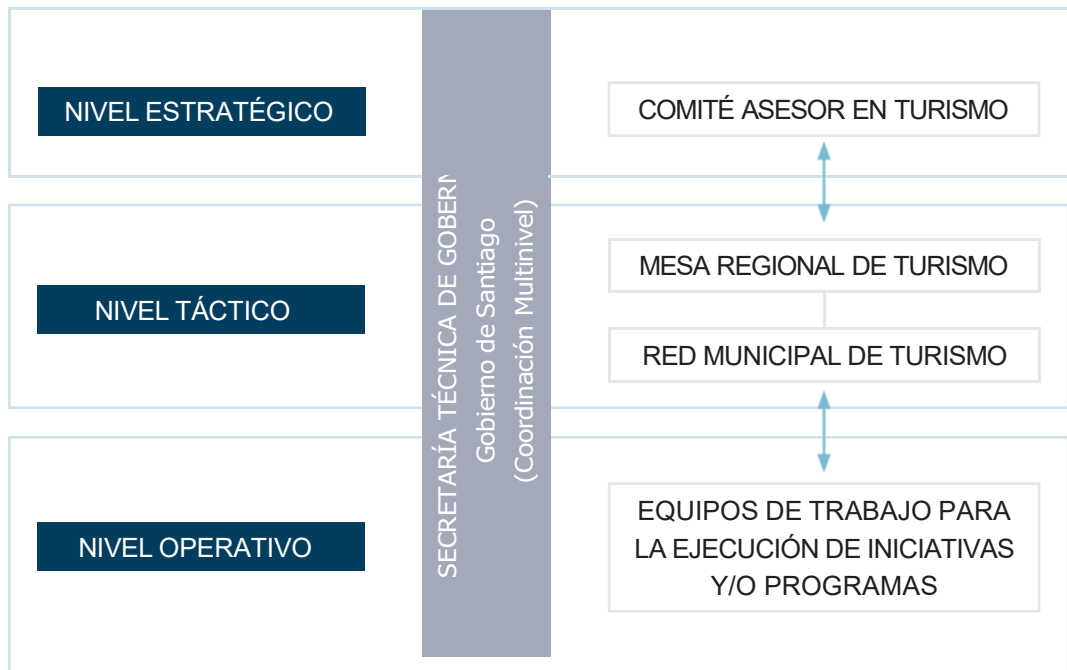
Rafting Cajón del Maipo

8. GOBERNANZA EN LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO

Establecer una gobernanza turística permanente en la ciudad de Santiago, mediante la implementación de esta Política Regional de Turismo, resulta esencial para impulsar un desarrollo sostenible y competitivo del sector. En un territorio caracterizado por su diversidad y dinamismo, esta gobernanza será determinante para asegurar la coordinación, colaboración y comunicación efectiva entre los distintos actores públicos, privados, académicos y comunitarios, de manera que el turismo contribuya al bienestar colectivo y al crecimiento económico regional.

Para garantizar la correcta implementación de esta política, será estratégico que el Gobierno de Santiago, a través de sus equipos técnicos y la Corporación Regional de Desarrollo, lidere su ejecución y convoque la gobernanza turística multinivel propuesta. Este modelo permitirá optimizar la gestión y la toma de decisiones, además de facilitar la alineación entre los objetivos regionales y las necesidades locales.

Figura n°15: de Modelo de gobernanza turística multinivel Política Regional de Turismo.



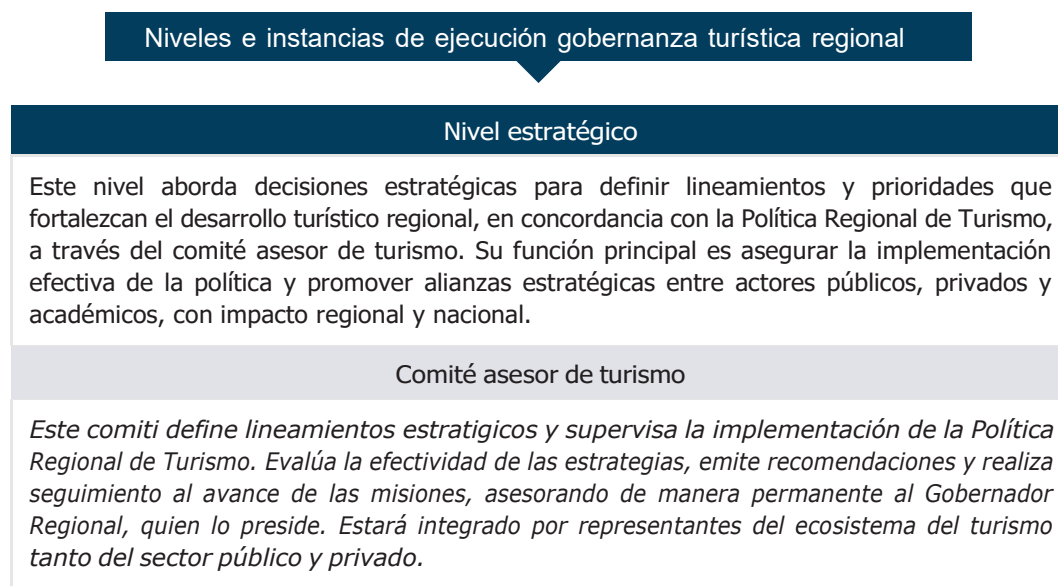
Fuente: Elaboración propia. (2025).

La coordinación multinivel de esta gobernanza, entendida como la articulación entre todos los niveles, estará a cargo de la secretaría técnica de gobernanza, desde el nivel operativo, pero articulada con los otros niveles. Este equipo tendrá la responsabilidad de brindar apoyo técnico y administrativo para el funcionamiento del modelo, facilitando, sistematizando y gestionando los procesos técnicos y comunicacionales. La secretaría estará conformada por profesionales especializados pertenecientes al Gobierno Regional y la Corporación de Desarrollo Regional

Entre sus funciones, la secretaría técnica se encargará de coordinar y comunicar las acciones entre los distintos niveles definidos en el modelo. Asimismo, levantará brechas y necesidades identificadas por los equipos de trabajo del nivel operativo, escalándolas hacia la mesa regional de turismo y la red municipal de turismo en el nivel táctico y, finalmente, al comité asesor en turismo, en el nivel estratégico. De igual forma, será responsable de transmitir las decisiones y lineamientos emanados desde el nivel estratégico hacia el nivel táctico y articularlos con el nivel operativo.

A continuación, se describen los niveles que conforman esta gobernanza y su composición:

Figura n°16: Niveles y componentes del modelo de gobernanza turística.



Nivel táctico
Este nivel coordina y gestiona la implementación de la Política Regional de Turismo, articulando actores operativos en torno a áreas programáticas y líneas de acción priorizadas. Su función principal es vincular las oportunidades identificadas en las misiones con la mesa regional de turismo y la red municipal de turismo, asegurando la puesta en marcha y correcta ejecución de la política, considerando la participación de la academia, instituciones públicas, privadas, sociedad civil y municipios.
Mesa regional de turismo
<i>Esta instancia propone, planifica y coordina la implementación de líneas de acción e iniciativas para cumplir las misiones, definiendo estrategias y articulando a los actores responsables de su ejecución. Participan equipos técnicos de organismos públicos, coordinadores de programas, entidades ejecutoras, representantes gremiales del sector privado, profesionales, academia y sociedad civil.</i>
Red municipal de turismo
<i>Esta red reúne a todos los municipios de la región en una instancia técnica y estratégica. Su propósito es fortalecer la articulación territorial, fomentar el intercambio de experiencias y apoyar la implementación local de la Política Regional de Turismo bajo un enfoque descentralizado y participativo. Funciona como espacio de coordinación horizontal, promoviendo planificación conjunta y vinculación con actores locales y prestadores de servicios turísticos.</i>

Nivel operativo
Este nivel, liderado por la secretaría técnica, ejecuta directamente las líneas de acción e iniciativas vinculadas a las misiones, con participación de actores locales, técnicos, sectoriales y comunitarios. Su objetivo es desarrollar el trabajo en el territorio mediante equipos de trabajo que implementan actividades, levantan brechas y articulan recursos. Además, busca coordinar estas iniciativas con otras existentes en la región, promoviendo la colaboración entre todos los actores del ecosistema turístico.
Equipos de trabajo
<i>Se conformarán para ejecutar las iniciativas de la Política Regional de Turismo, asegurando pertenencia local y sectorial desde las provincias y comunas. Estarán integrados por representantes del sector público, privado, sociedad civil y del ámbito académico. Estos equipos serán liderados por la secretaría técnica y dentro de sus funciones se incluye: coordinar recursos técnicos y humanos, levantar información para el monitoreo y reportar avances a la mesa regional y la red municipal de turismo.</i>

Fuente: Elaboración propia. (2025).



Altos de Cantillana

9. SISTEMA DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO

La consolidación de la Política Regional de Turismo requiere un sistema de monitoreo multidimensional y basado en evidencia, que permita evaluar compromisos, avances y resultados de manera transparente y adaptativa. De acuerdo con ONU Turismo, los sistemas de medición deben integrar indicadores que reflejen procesos, productos, resultados e impactos, asegurando una gestión orientada al desempeño y una toma de decisiones continua (ONU Turismo, 2004). Esta recomendación es recogida por países miembros de la OCDE (OECD), donde la política turística moderna demanda herramientas interoperables y orientadas a la eficiencia (OECD, 2022; OECD, 2024).

En este marco, el sistema de monitoreo se concibe como un componente estratégico de gobernanza, que combina indicadores cuantitativos y cualitativos, hitos intermedios y mecanismos de retroalimentación permanente. Su propósito es garantizar que las misiones transformadoras se traduzcan en resultados medibles y sostenibles, alineados con los principios de inclusión, competitividad y sostenibilidad.

Como elemento transversal, la propuesta incorpora el desarrollo de una plataforma digital regional de monitoreo, diseñada bajo los principios de gobierno abierto y las recomendaciones de la OCDE para mejorar la transparencia y la accesibilidad

de la información pública (OECD, 2024b). Esta plataforma concentrará toda la información relativa a la implementación de la política y permitirá a la gobernanza turística visualizar, en tiempo real, el desempeño de las iniciativas y el avance hacia los objetivos estratégicos.

La plataforma permitirá:

- Registrar y actualizar el estado de avance de cada iniciativa.
- Visualizar metas, KPIs y grados de cumplimiento segmentados por comuna, institución responsable o etapa de ejecución.
- Analizar comparativamente los presupuestos ejecutados versus los comprometidos.
- Incorporar y almacenar medios verificadores oficiales.
- Generar paneles interactivos para facilitar la comunicación de los avances a la ciudadanía y al ecosistema turístico.

De acuerdo con la OCDE (2024b), la digitalización de los sistemas de monitoreo es clave para fortalecer la gobernanza turística, mejorar la coordinación entre niveles de gobierno y elevar la eficiencia en la administración pública. La incorporación de esta plataforma permitirá avanzar hacia una gestión más moderna, transparente y

colaborativa, asegurando una visión integral del desarrollo turístico regional y una política viva, capaz de adaptarse a los desafíos emergentes.

A continuación, se presentan los indicadores definidos para las misiones de la Política Regional de Turismo, concebidos como

metas transformadoras que orientan la acción pública y privada hacia un propósito común. Estos indicadores no se entienden únicamente como metas cuantitativas, sino como referentes estratégicos capaces de movilizar recursos, inspirar innovación y articular a los actores clave del ecosistema turístico.

Indicadores misión 1: SANTIAGO, CAPITAL DE VINO Y MONTAÑAS.

Santiago al 2035 será reconocida como un referente latinoamericano en enoturismo, con una oferta diversa de bodegas abiertas al turismo, y como capital de actividades de montaña, naturaleza y aventura, garantizando acceso inclusivo y seguro para residentes y visitantes, integrando dos vocaciones estratégicas que fortalecen la identidad territorial y diversifican la oferta turística.

Figura n°17: Indicadores y meta misión 1.

Meta 2035	Indicador de avance	Línea base	Meta corto plazo (2025-2027)	Meta mediano plazo (2028-2030)	Meta largo plazo (2031 -2035)
Aumentar en 30 % las llegadas a viñas y en 20 % el gasto promedio diario, junto con un incremento del 20 % en visitas y gasto en centros y actividades de montaña, consolidando una oferta diversa, segura y competitiva.	1. % Aumento de llegadas de turistas a viñas del Valle del Maipo.	520.000 turistas (Año 2019)	5%	15%	30%
	2. % Aumento gasto promedio diario de turistas en viñas del Valle del Maipo.	CLP \$25.713 gasto promedio (Año 2019)	5%	10%	20%
	3. % Aumento de llegadas de turistas a centros de Montaña.	910.000 turistas (Año 2024)	5%	10%	20%
	4. % Aumento gasto promedio diario de turistas en centros de Montaña.	USD \$390 (Año 2024)	5%	10%	20%

Fuente: Elaboración Propia. (2025).

Indicadores Misión 2: SANTIAGO, CAPITAL GLOBAL DE NEGOCIOS Y GRANDES EVENTOS.

Al 2035, Santiago se consolidará como una capital diversa, cultural y vibrante, siendo referente a nivel latinoamericano y global en el desarrollo del turismo de negocios, congresos y convenciones y como un destino ideal para eventos de escala mundial.

Figura n°18: Indicadores y meta misión 2.

Meta 2035	Indicador de avance	Línea base	Meta corto plazo (2025-2027)	Meta mediano plazo (2028-2030)	Meta largo plazo (2031 -2035)
Consolidar a Santiago como referente en el desarrollo del turismo de negocios y congresos manteniéndose dentro de los 3 primeros lugares del ranking ICCA en Latinoamérica, además se incrementa en un 20% el gasto promedio del visitante MICE al 2035.	1. Posición de Santiago en Ranking ICCA a nivel latinoamericano.	Segundo lugar (Año 2024)	2do – 3ro	2do	1er
	2. % Aumento en gasto promedio diario turista MICE.	USD\$ 109,4 (Año 2024)	5%	10%	20%

Fuente: Elaboración Propia. (2025).

Indicadores Misión 3: SANTIAGO, CAPITAL DEL TURISMO SOSTENIBLE, SEGURO Y DE CALIDAD.

Consolidar a Santiago como un destino diverso, sostenible y de alto valor experiencial al 2035, que ofrezca un turismo seguro, formal y de calidad, articulando y coordinando a los actores e instituciones incumbentes en este propósito.

Figura n°19: Indicadores y meta misión 3.

Meta 2035	Indicador de avance	Línea base	Meta corto plazo (2025-2027)	Meta mediano plazo (2028-2030)	Meta largo plazo (2031 -2035)
Consolidar a Santiago como un destino diverso y sostenible, reconocido por ofrecer experiencias turísticas seguras, formales y de alta calidad. Se proyecta una gobernanza público-privada robusta, capaz de articular y monitorear el desarrollo turístico regional, junto con una planificación territorial que permita ordenar la actividad en al menos el 60% de los municipios de la RMS, por medio de instrumentos de planificación turística, fortaleciendo la competitividad y la cohesión del sector.	1. % de Municipios que cuenten con instrumentos de planificación turística.	16,67% (9 municipios cuentan con PLADETUR al 2024)	20%	40%	60%
	2. % Aumento en llegada de turistas extranjeros.	2.303.973 Turistas (año 2024)	6%	15%	30%
	3. % Aumentar la cantidad de pernотaciones de turistas en Santiago.	6.512.163 pernотaciones (año 2024)	6%	15%	30%
	4. Aumentar la cantidad de personas empleadas en turismo en Santiago.	313.100 personas (año 2024)	10.000	15.000	30.000

Fuente: Elaboración Propia. (2025).

10. CONCLUSIÓN

La Política Regional de Turismo Sostenible de la región Metropolitana de Santiago se configura como un instrumento estratégico que integra diagnóstico, participación ciudadana, análisis comparado y “planificación orientada por misiones”, permitiendo articular una visión compartida del turismo hacia 2035. Su estructura aborda de manera técnica los desafíos estructurales del territorio, reconociendo brechas críticas, como la desigualdad territorial, la informalidad, la falta de gobernanza y la presión sobre el patrimonio, y al mismo tiempo proyecta oportunidades vinculadas a vocaciones consolidadas como el enoturismo, la montaña, el turismo urbano, cultural y gastronómico. La propuesta establece principios rectores, misiones transformadoras y áreas programáticas que permiten ordenar la acción pública y privada, con una orientación hacia sostenibilidad, competitividad, inclusión y gestión basada en evidencia.

Asimismo, el plan de acción y el sistema de gobernanza planteados permiten avanzar hacia un modelo turístico robusto, articulado y sostenible, incorporando instrumentos de monitoreo, fortalecimiento del talento humano y adopción de tecnologías para una gestión inteligente del destino. La política constituye, en este sentido, una hoja de ruta que contribuye a consolidar a Santiago como una capital turística vibrante, segura y diversa, capaz de ofrecer experiencias de alta calidad y de generar beneficios económicos, culturales y sociales para todo el territorio. Su implementación efectiva dependerá de la coordinación multisectorial y la capacidad de alinear esfuerzos regionales y locales, asegurando que el turismo se consolide como motor estratégico del desarrollo sostenible y la identidad metropolitana hacia el 2035.

Vista área de Santiago



11. GLOSARIO

A

1. Accesibilidad turística: Conjunto de condiciones que garantizan el acceso equitativo de todas las personas a servicios, infraestructuras y destinos turísticos, sin discriminación.
2. ACT (Actividades Características del Turismo): Acrónimo utilizado en las estadísticas oficiales para identificar los subsectores vinculados al turismo, tales como alojamiento, transporte, actividades culturales y recreativas. En Chile, se elaboran a partir de la Encuesta Nacional de Empleo del INE y constituyen insumos para la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR.
3. Atractivos turísticos: Espacios naturales, culturales, patrimoniales o urbanos que generan interés y motivan la visita de personas viajeras.

B

4. Banco Interamericano de Desarrollo (BID): Organismo multilateral que financia proyectos destinados al desarrollo económico y social en América Latina y el Caribe.
5. Big Data Turismo: Plataforma oficial de estadísticas del sector turístico en Chile, administrada por la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR.

C

6. Capital humano en turismo: Conjunto de personas que participan en actividades turísticas y cuya formación y capacidades resultan esenciales para la sostenibilidad y competitividad del sector.
7. Centros de montaña: Destinos turísticos especializados en actividades de nieve, ski y turismo de aventura.
8. Competitividad turística: Capacidad de un destino para atraer y satisfacer visitantes en comparación con otros mercados, considerando factores de calidad, innovación y sostenibilidad.

D

9. Demanda turística: Volumen de visitantes y sus motivaciones de viaje hacia un destino, medido en términos de llegadas, gasto y comportamiento.
10. Design Thinking: Metodología de innovación centrada en las personas, que busca resolver problemas complejos mediante empatía, creatividad y mejora continua.
11. Destino turístico: Territorio que reúne atractivos, servicios, infraestructura y condiciones de accesibilidad que motivan la visita de turistas.
12. Destinos prioritarios: Áreas definidas por SERNATUR como estratégicas para el desarrollo y promoción del turismo en Chile.

E

13. Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT): Instrumento oficial del INE que mide pernoctaciones y ocupación en establecimientos de alojamiento turístico en Chile.
14. Estrategia Regional de Desarrollo (ERD): Instrumento de planificación que orienta las prioridades de desarrollo económico, social y territorial de la región.
15. Excursionista: Visitante que realiza actividades turísticas en un destino sin pernoctar, generando gasto en bienes y servicios.
16. Exportaciones de servicios turísticos: Ingresos obtenidos por el país a partir del consumo de bienes y servicios turísticos por parte de visitantes internacionales.

G

17. Gobernanza turística: Modelo de gestión que promueve la coordinación y cooperación entre actores públicos, privados, sociales y académicos para el desarrollo sostenible del turismo.

I

18. ICCA (International Congress and Convention Association): Asociación internacional dedicada al sector de congresos, convenciones y reuniones.
19. Instituto Nacional de Estadísticas (INE): Organismo oficial de Chile encargado de producir estadísticas demográficas, económicas y sectoriales, incluyendo las relacionadas con turismo.
20. Infraestructura habilitante: Conjunto de equipamientos, señalización, accesos y servicios básicos que facilitan experiencias turísticas seguras y de calidad.

M

21. Matriz productiva: Estructura compuesta por los sectores económicos que conforman la economía nacional, dentro de los cuales se incluye el turismo.
22. MICE (Meetings, Incentives, Conferences G Exhibitions): Segmento del turismo especializado en reuniones, congresos, viajes de incentivo y ferias internacionales.

O

23. Organización de las Naciones Unidas (ONU): Organismo internacional que promueve la paz, el desarrollo sostenible y la cooperación entre países, incluyendo iniciativas vinculadas al turismo.
24. ONU Turismo (UN Tourism): Agencia especializada de la ONU dedicada al fomento del desarrollo turístico sostenible a nivel global.

P

25. Perfil del turista: Caracterización estadística de visitantes según variables como motivaciones, edad, gasto y actividades realizadas.
26. Pernoctación: Unidad de medida que corresponde a una noche registrada en un establecimiento de alojamiento turístico.
27. Planes de Desarrollo Comunal (PLADECO): Instrumentos de planificación municipal que orientan el desarrollo integral de cada comuna.

28. Planes de Desarrollo Turístico Comunal (PLADETUR): Planes municipales específicos destinados a fortalecer la actividad turística local.
29. Plataforma de Monitoreo de Destinos Turísticos: Herramienta oficial de SERNATUR que clasifica y evalúa el desempeño de los destinos prioritarios.

R

30. RevPAR (Revenue per Available Room): Indicador de rendimiento hotelero que mide el ingreso promedio por habitación disponible.

T

31. Tablero de Datos Turísticos: Plataforma de ONU Turismo que recopila y difunde estadísticas globales sobre viajes internacionales y gasto turístico.
32. Turismo emisivo: Viajes realizados por residentes hacia otros destinos, ya sean nacionales (emisivo interno) o internacionales (emisivo externo).
33. Turismo interno: Desplazamientos turísticos efectuados dentro del territorio nacional por residentes del país.
34. Turismo receptivo: Llegadas de visitantes internacionales a un país.
35. Turismo urbano: Actividad turística desarrollada en ciudades, barrios y espacios urbanos, vinculada a servicios culturales, comerciales y recreativos.

W

36. World Travel & Tourism Council (WTTC): Consejo Mundial de Viajes y Turismo, organismo que produce estadísticas y estudios sobre el impacto económico global del sector.

Z

37. Zonas de Interés Turístico (ZOIT): Áreas reconocidas oficialmente por su potencial turístico y que requieren gestión especial para su desarrollo sostenible.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central de Chile. (2025a). *Turismo receptivo en Chile: Algunas tendencias y su impacto en la economía*. <https://www.bcentral.cl/w/turismo-receptivo-en-chile>
- Banco Central de Chile. (2025b). Cuentas nacionales de Chile. Evolución de la actividad económica Año 2024. <https://www.bcentral.cl/documents/33528/7014748/Cuentas+Nacionales+Cuarto+Trimestre+2024.pdf/066cd4dd-d0df-95e5-817e-30e8c9854202?t=1742253448341>
- Barcelona Turisme. (2017). Pla Estratègic de Turisme 2020: Una estratègia col·lectiva per a un turisme sostenible.
- Chilecreativo & Red Nacional de Territorios Creativos. (2025). *Informe final: Mapeo de activos culturales y creativos para experiencias de turismo. Programa Nacional de Economía Creativa, Corfo*. <https://transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2025/04/Informe-Final-Mapeo-de-Activos-Culturales-para-el-Turismo-Creativo-abril-2025.pdf>
- Corporación Nacional Forestal (CONAF). (2025). Listado de áreas silvestres protegidas (SNASPE): Superficie actualizado a abril de 2025 [Archivo Excel]. <https://www.conaf.cl/centro-documental/listado-de-areas-silvestres-protegidas-actualizado-a-noviembre-de-2023/?ind=1744925903830Gfilename=Listado%20SUPERFICIE%20SNASPE%20ABRIL%202025.xlsGwpdmdl=57734>
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC). (2025). *Economic Impact Report 2025*. https://researchhub.wttc.org/product/factsheet-world-travel-tourism-economic-impact-research?_gl=1*cmpdup*_ga*NDA5NzAzNzQwLjE3NjEyMzAxOTE.*_ga_JM5GLX6V1W*c_zE3NjEyMzAxOTAKbzEkZzEkdDE3NjEyMzE0ODEkajU4JGwwJGgw*_gcl__au*MTYyMTQxODY5Ny4xNzYxMjMwMTkxLjE3ODA4MDU0MDkuMTc2MTIzMDU4Mi4xNzYxMjMxMzYz
- Corporación Regional de Desarrollo RMS. (2025). *Informe Gerencia de Turismo Corporación regional de desarrollo, Gobierno de Santiago*. [Archivo PDF].
- Gobierno de Santiago. (2025). *Estrategia Regional de Desarrollo*. https://www.gobiernosantiago.cl/wp-content/uploads/2024/07/ERD-RM_2035.pdf
- Gobierno Regional de Lima. (2019). Plan Estratégico Regional de Turismo.
- ICCA. (2025). *ICCA Country and City Rankings for 2024*. <https://www.iccaworld.org/news/post/icca-country-and-city-rankings-for-2024/>

- INE. (2024a). *Pernotaciones en establecimientos de alojamiento turístico aumentaron 2,4% interanualmente en enero de 2024*. <https://www.ine.gob.cl/sala-de-prensa/prensa/general/noticia/2024/03/01/pernotaciones-en-establecimientos-de-alojamiento-tur%C3%ADstico-aumentaron-2-4-interanualmente-en-enero-de-2024>
- INE. (2024b). *Pernotaciones en establecimientos de alojamiento turístico aumentaron 5,8% interanualmente en julio de 2024*. <https://www.ine.gob.cl/sala-de-prensa/prensa/general/noticia/2024/09/02/pernotaciones-en-establecimientos-de-alojamiento-tur%C3%ADstico-aumentaron-5-8-interanualmente-en-julio-de-2024>
- INE. (2025). *Pernotaciones en establecimientos de alojamiento turístico aumentaron 3,0% interanualmente en diciembre de 2024*. <https://www.ine.gob.cl/sala-de-prensa/prensa/general/noticia/2025/02/03/pernotaciones-en-establecimientos-de-alojamiento-tur%C3%ADstico-aumentaron-3-0-interanualmente-en-diciembre-de-2024>
- Ilustre Municipalidad de San José de Maipo & Servicio Nacional de Turismo. (2024). Informe de Gobernanza – Política Regional de Turismo RMS.
- Mairie de Paris. (2022). Tourism Strategy 2022: Development Plan.
- Mazzucato, M., & Penna, C. C. R. (2020). La era de las misiones: ¿Cómo abordar los desafíos sociales mediante políticas de innovación orientadas por misiones en América Latina y el Caribe?. <https://doi.org/10.18235/0002828>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2023). *Atlas del patrimonio en Chile*. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2023/11/atlas-patrimonio-chile.pdf>
- Ministerio del Medio Ambiente. (2024). Áreas protegidas. Biodiversidad RM. <https://biodiversidadrm.mma.gob.cl/ecosistemas-terrestre/areas-protegidas/>
- OECD. (2022). *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2022_a8dd3019-en.html
- OECD. (2024a). *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. https://www.oecd.org/en/publications/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3.html?utm_source=chatgpt.com
- OECD/CAF. (2024b), Revisión del Gobierno Digital en América Latina y el Caribe: Construyendo Servicios Públicos Inclusivos y Responsivos, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/7a127615-es>
- OECD/CAF (2024), Revisión del Gobierno Digital en América Latina y el Caribe: Construyendo Servicios Públicos Inclusivos y Responsivos, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/7a127615-es>

- ONU Turismo. (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. UNWTO. https://www.academia.edu/30852110/Indicators_of_Sustainable_Development_for_Tourism_Destinations_A_Guide_Book_by_UNWTO
- ONU Turismo. (2025). *Tablero de datos turísticos*. <https://www.untourism.int/es/onu-turismo-dashboard-datos-turisticos/indicadores-clave-turismo>
- Parque Metropolitano [PARQUEMET]. (2025). Parques urbanos. <https://www.parquemet.cl/parques-urbanos/>
- Santiago MICE Bureau. (2025). *Santiago en cifras*. <https://santiagomice.com/santiago-en-cifras/>
- SERNATUR. (2025a). *Turismo receptivo: Llegadas de turistas extranjeros*. <https://www.sernatur.cl/dataturismo/movimiento-turistico-internacional/>
- SERNATUR. (2025b). CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2025 - GESTIÓN SERNATUR 2024 <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2025/07/Resumen-ejecutivo-Cuenta-Publica-Sernatur-2025-1.pdf>
- SERNATUR. (2025c). <https://serviciosturisticos.sernatur.cl>
- SERNATUR. (2025d). *Visualizador de destinos*. <https://monitordestinos.sernatur.cl/administrador/manage-user/visualizadordestinos>
- Subsecretaría de Turismo. (2025a). Presentación Subsecretaría de Turismo Septiembre 2025 - Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 y su impacto económico en Chile. <https://cnc.cl/wp-content/uploads/2025/09/25.09.25-Presentacion-subsecretaria-de-Turismo.pdf>
- Subsecretaría de Turismo. (2025b). *Data Turismo Chile - Turismo receptivo: Llegadas de turistas extranjeros*. <https://www.sernatur.cl/dataturismo/movimiento-turistico-internacional/>
- Subsecretaría de Turismo. (2025c). *Turismo Receptivo Anual*. <https://www.subturismo.gob.cl/estadisticas-y-estudios/estadisticas-de-la-demanda/turismo-receptivo/turismo-receptivo-anual/>
- Subsecretaría de Turismo. (2025d). *Participación laboral femenina en las actividades características del turismo - ACT*. <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2025/03/infografia-participacion-laboral-femenina-en-las-act-ano-2024.pdf>
- The worlds 50 best. (2025). <https://www.theworlds50best.com/latinamerica/en/list/1-50>
- Visit Valencia. (2023). Plan Estratégico de Turismo de Valencia 2025–2028: Valencia, destino sostenible.

