



■ Chef&Hotel | opinión

# Nueva estrategia, nuevos destinos, nuevos desafíos



**María Paz Lagos**  
 Periodista, co fundadora de Traslación

Hace algunas semanas, la Subsecretaria de turismo dio a conocer la nueva Estrategia Nacional de Turismo Sustentable que entrega lineamientos al 2035 y en donde en palabras del ministro de Economía, Nicolás Grau, busca que Chile esté entre los top 10 de los destinos del mundo, no solo en cuanto al número de visitación sino a la forma en cómo se desarrolla el turismo en armonía con la naturaleza y las comunidades de cada una de las regiones. Hoy nos ubicamos en el número 34 según el ranking del Foro Económico Mundial, de manera que es un objetivo que invita a volar alto.

También ponerle el apellido sustentable al nuevo documento, es clave en cómo nos posicionamos en turismo dentro del marco de los objetivos de desarrollo sostenible. Solo se echa de menos en esas palabras iniciales, una mención más específica a la sostenibilidad económica y a cuánto se espera que el turismo contribuya al PIB de Chile en los próximos años. Actualmente representa solo el 3,5 % del producto interno bruto mientras en América Latina es el 8% y en el mundo 10,4.

Lo que no se mide, no se gestiona, de manera que aunque es difícil casarse con números porque se trata de una industria que puede verse sometida a los vaivenes de la economía y a catástrofes como la Pandemia del

Coronavirus, para que el turismo se convierta en estratégico en el desarrollo de Chile, debe fijarse metas ambiciosas.

Entre las definiciones relevantes del nuevo documento, está el potenciar al país a nivel de marketing internacional con cinco grandes macro destinos, y hace crecer la oferta que por años estuvo concentrada sobre todo en Torres del Paine, San Pedro de Atacama e Isla de Pascua. Si bien siguen siendo importantes esos tres lugares, ahora quedan dentro de un concepto más amplio, que contempla más opciones de visitación en una misma zona y aumenta las posibilidades de estadías más largas en nuestro país. Así es como se busca contribuir a la marca Chile en el mundo, con el Desierto de Atacama; Santiago, Valparaíso & Wine Experience; Isla de Pascua & Archipiélago Juan Fernández; Bosques, Lagos & Volcanes y Patagonia&Antártica.

Resulta interesante esta clasificación, ya que por un lado resalta el valor de la naturaleza que es la principal razón por la cual nos visitan los extranjeros, la diversidad de paisajes que se encuentran en el mismo país y al mismo tiempo sugiere distintas experiencias, como puede ser el turismo cultural en Isla de Pascua; el enoturismo en Colchagua o el turismo aventura en la Patagonia

por nombrar algunas.

Se trata de un camino que no parte de cero, ya que de alguna manera se nos ha reconocido por lo que se intenta fortalecer.

Este año 2024, Chile logró en los World Travel Awards de Sudamérica, más conocidos como los Oscars del turismo, los premios de Mejor Destino Aventura, Mejor Destino Joven, Mejor Destino Verde, Mejor Destino Romántico por el Desierto de Atacama y Mejor Destino Ciudad por Santiago. Interesante este último reconocimiento a la capital, sobre todo para el turismo MICE y el mundo gastronómico.

Es importante que a la nueva Estrategia de Turismo se sumen nuevos actores que no solo vengan del mundo turístico y así generar valor en los destinos con una planificación territorial sostenible. También son importante los recursos. Como sabemos el presupuesto de promoción internacional sigue siendo bajo lo que existía prepandemia, 8 mil millones de dólares, versus 12 mil millones dólares. Sin embargo, con la aprobación del plan de reactivación del turismo se podría llegar a US 20 mil millones de dólares. Ya se dio un paso en la Cámara de diputados y ahora es de esperar que el Senado también haga su contribución para que la nueva estrategia se vaya haciendo realidad.