

MEDIDAS ORIENTADAS A IMPULSAR
EL TURISMO DESDE UNA
PERSPECTIVA REGIONAL Y
DESCENTRALIZADA

Conclusiones del Foro de la Empresas turísticas de la
Zona Sur-Austral de Chile: *El voto del turismo regional
cuenta*

PRESENTACIÓN

En el marco de las próximas elecciones presidenciales y legislativas, el Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile ha realizado un llamado a todos los actores relevantes de la industria del turismo y la hospitalidad de la zona sur-austral del país. El propósito de este importante encuentro tuvo como principal propósito recoger las inquietudes y aspiraciones que emergen desde este vital sector, con el fin de contribuir con un insumo para quienes tendrán la responsabilidad de formular políticas públicas que sean verdaderamente descentralizadas y adecuadas a las necesidades regionales.

La participación activa de empresarios, académicos y organizaciones turísticas ha sido esencial para garantizar una representación efectiva de los desafíos y oportunidades que enfrenta la industria en nuestra área. Este evento buscaba crear un espacio de diálogo abierto y constructivo, donde cada asistente podrá compartir sus visiones, preocupaciones y propuestas concretas que promuevan el desarrollo sostenible del turismo en el sur de Chile.

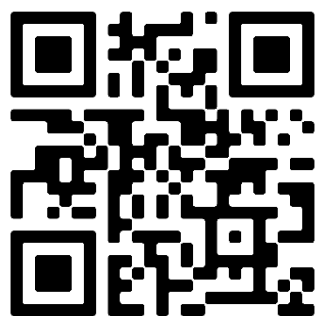
En las discusiones del foro se han levantado más de cuarenta medidas orientadas a impulsar el turismo desde una perspectiva regional y descentralizada. Este documento presenta un análisis de estas propuestas, destacando su importancia y el impacto potencial en el desarrollo turístico sostenible. Las más de cuarenta medidas propuestas para el desarrollo del turismo regional representan un significativo avance hacia un modelo más descentralizado y orientado al crecimiento sostenible. Al centrarse en la formación de capital humano y la capacitación, desarrollo local y empleo, regulación y legislación, las problemáticas de promoción y la sostenibilidad, estas iniciativas tienen el potencial de revitalizar el sector turístico en el sur, beneficiando tanto a la economía local como a la comunidad en general.

Es fundamental que todos los futuros actores políticos acojan estas inquietudes y trabajen en conjunto con sus comunidades para garantizar la incorporación y posible implementación de estas medidas, asegurando así un futuro próspero para el turismo regional. Su involucramiento será crucial para construir una propuesta que favorezca el futuro del turismo y la hospitalidad en el sur-austral de Chile.

Agradecemos sinceramente el compromiso y entusiasmo de quienes han respondido a nuestro llamado y esperamos contar con su valiosa presencia en futuros encuentros. Juntos, podemos hacer que nuestras voces y necesidades sean escuchadas y atendidas.



Acceso a contenido audiovisual



Informe Foro de las Empresas Turísticas del Sur de Chile

“El voto del turismo regional cuenta”

23 de septiembre del 2025 Sala Paraninfo

Campus Isla Teja UACH- Valdivia-Chile

©Universidad Austral de Chile

Instituto de Turismo- ITUR

Facultad de Cs. Económicas y Administrativas.

www.economicas.uach.cl/instituto-de-turismo/

EDITORES-AUTORES:

Mirko Vera Campos,

Director Instituto de Turismo

Universidad Austral de Chile

Sandra Álvarez Andrade.

Academica

ITUR UACH

Transcripciones:

ITUR-UACH

ISBN 978-956-390-291-4

DOI: 10.13140/RG.2.2.13065.10082

Valdivia, octubre de 2025

APERTURA



Mg. Mirko Vera Campos
Director Instituto de Turismo
Universidad Austral de Chile

"En nuestra experiencia, cada territorio de la zona sur austral de Chile enfrenta diversas necesidades y problemáticas relacionadas con el turismo. Sin embargo, estas no siempre logran llegar a las instancias donde se toman decisiones clave para implementar políticas públicas que permitan superar los desafíos del sector desde las regiones. El propósito de esta actividad (foro) se centra fundamentalmente en colaborar con el mundo productivo, integrando el sector empresarial y la industria turística. Se busca abordar diversas situaciones que podríamos organizar y sistematizar, para luego presentarlas a las autoridades que están postulando a la Presidencia de la República y al Parlamento en las distintas regiones del país, particularmente en la zona sur austral."



Dr. Egon Montecinos M
Rector
Universidad Austral de Chile

"El turismo necesita contar con condiciones adecuadas que permitan su desarrollo, idealmente surgidas también de este foro, y que sirvan de guía para las futuras autoridades. Así, podremos comenzar a expresar desde Valdivia, desde la Universidad Austral, que el turismo es importante y que existen factores que pueden potenciar esta actividad y hacerla más virtuosa. En cuanto al libro "Santiago no es Chile", que tuve la oportunidad de escribir, no se trata de una crítica a Santiago, sino de un diálogo con la Región Metropolitana. El problema radica en que numerosas veces se invisibilizan los retos que enfrentamos, dificultando la creación de condiciones propicias para el progreso y el fortalecimiento de una de las actividades principales de esta región, como el turismo."



Víctor M. Cordero
Secretario general de la
Cámara de Turismo de
Colchagua – Región de
O'Higgins



Manuel Arzola,
Gerente General LS Travel
Group Puerto Varas
Región de los Lagos



María Angélica Tepper K.
Gerente Parque Natural y
Nevados de Sollipulli
Región de la Araucanía



Cristóbal Kunstmann R.
Gerente General Bares y
Restaurantes Kunstmann
Región de los Ríos



Juan Cárcamo A.
Corporación de Turismo y
Cultura Puerto Varas
Región de los Lagos

El objetivo principal de este evento es recopilar las peticiones y anhelos del sector para transmitirlos a las y los candidatos a la Presidencia de la República y a las futuras autoridades que se presentan al Parlamento, con el fin de que consideren la visión regional en sus posibles propuestas para el sector a la hora de formular políticas públicas descentralizadas y con pertinencia regional.



La metodología propuesta para el foro empresarial de turismo busca no solo conocer la visión del panelista invitado, sino también involucrar activamente a todos los participantes en el planteamiento de las problemáticas del turismo regional y que conduzcan a propuestas con una visión compartida del desarrollo de la actividad turística en la zona sur-austral de Chile. Al implementar panel de expertos, mesas temáticas de trabajo y sesión plenaria, se establece un marco dinámico y colaborativo que favorecerá una visión integral de las problemáticas tratadas.



El **panel de expertos** tiene como propósito conocer la experiencia y visión empresarial donde representantes empresariales del sector turismo y empresarios destacados del sector comparten sus experiencias y perspectivas sobre las problemáticas regionales que enfrenta la actividad en la zona sur-austral de Chile.

Las **mesas temáticas** permiten profundizar en áreas específicas del turismo mediante grupos de trabajo colaborativos para generar propuestas concretas para desafíos específicos del sector en las problemáticas planteadas en el presente documento.

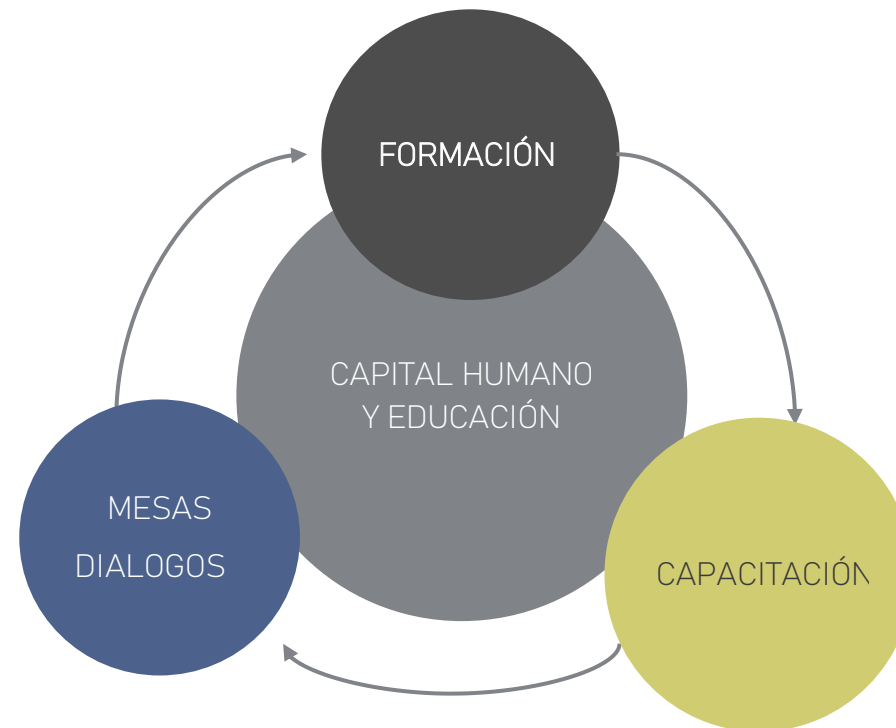


La **sesión plenaria** los participantes comparten las conclusiones de las mesas de trabajo y se discuten en conjunto. Presentar los resultados de las mesas temáticas al público general para analizar de forma colectiva las propuestas de las respectivas mesas.

SECCIÓN I: CAPITAL HUMANO Y EDUCACIÓN

Fortalecer la relación entre el sector productivo y la academia en turismo no solo contribuirá a la formación de profesionales más capacitados, sino que también permitirá a las empresas estar a la vanguardia de las tendencias y necesidades del mercado. A través de un diálogo constante y colaborativo, ambos sectores pueden potenciarse mutuamente, facilitando así un desarrollo sostenible y competitivo del turismo regional. Esta sección del panel expone la impresiones e intercambios de ideas en problemáticas relacionadas al capital humano y educación en turismo en la zona sur del país, subrayando las oportunidades y desafíos presentes en este ámbito el sector turismo y de hospitalidad; las cuales, se pueden agrupar en tres ámbitos principales según se aprecia en la figura N°1.

Figura 1: Ámbitos de las problemáticas en la formación de capital humano en turismo



Fuente: Elaboración propia

Se menciona la existencia de Centros de Formación Técnica (CFTs) que, a pesar de ofrecer formación en carreras relevantes, ha descuidado el ámbito del turismo, crucial para el desarrollo económico a nivel local. Además, se resalta la necesidad de una formación académica que responda a la demanda del mercado laboral, la importancia de una colaboración entre los sectores público y privado, y el impacto de la estacionalidad en el empleo turístico. El llamado a la acción es claro: fomentar un diálogo constante entre academia, empresas y el Estado para asegurar un flujo continuo de talento y adaptar la formación a las realidades cambiantes del turismo actual.

Tabla N°1 La educación formal en la formación de capital humano

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO	1. Fortalecer la formación con experiencia en turismo	Se destaca la necesidad de una formación integral que incluya experiencia real en el sector, sugiriendo que aquellos que han trabajado en servicio continúen en la industria por su conocimiento práctico.
	2. Reducir la brecha entre la formación y necesidad empresarial	Se menciona el problema de la incompatibilidad entre la formación recibida y las demandas del mercado, impactando la calidad del servicio turístico; se llama a ajustar los currículos académicos a las realidades del sector
	3. Fortalecer la educación dual en todos los niveles	Se propone establecer lazos más fuertes entre los estudiantes y empresas turísticas para asegurar el desarrollo de habilidades prácticas y el entendimiento de la cultura local
	4. Formar con pertinencia sectorial y local	Se concluye que los guías y profesionales en turismo deben estar bien capacitados en habilidades blandas y conocimientos locales para ofrecer experiencias enriquecedoras a los visitantes

Fuente: Elaboración propia

La actualización de los programas educativos es crítica para asegurar que los graduados sean competitivos y relevantes en un sector que está en constante evolución. Los estudiantes que participaron en educaciones duales están mejor preparados para entrar en el mercado laboral, dado que la experiencia práctica complementa su formación teórica.

Establecer mesas de trabajo entre empresarios y educadores es esencial para alinear las expectativas del mercado. La noción de trabajo colaborativo entre diferentes sectores se presenta como una solución a los desafíos actuales, sugiriendo que la acción conjunta puede dinamizar la formación y empleabilidad en un sector que sufre de fluctuaciones estacionales. La interrelación entre formación y demanda laboral en el sector turístico es esencial para atender las complejidades del mercado actual. Por lo que, la creación de un ecosistema colaborativo entre la academia y la industria es vital para cultivar talento que esté alineado con las necesidades específicas del turismo a nivel regional.

Tabla N° 2: Colaboración en la formación turística regional

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
FORTALECER MESAS DE CAPITAL HUMANO	5. Coordinar las acciones de capacitación entre empresas y Estado	Se concluye la importancia de un diálogo continuo e integral entre estos sectores para contribuir al desarrollo sostenible del turismo.
	6. Optimizar los recursos destinado a capacitación en el sector	Se enfatiza la importancia de la cooperación entre el sector público y privado, sugiriendo la creación de mesas de trabajo para abordar necesidades educativas y brindar capacitación en áreas como turismo sustentable.
	7. Ajustar las ofertas educativas a la realidad local	Se señala que la formación en CFTs se limita a carreras administrativas y de salud, ignorando la alta demanda de profesionales en el sector turístico, que está en evolución constante.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a turismo, se busca una reconceptualización que abarque tanto el alta como la baja temporada, invitando a repensar el modelo de negocio para garantizar la estabilidad laboral y la rentabilidad. Es decir, se plantea la necesidad de reformular la percepción de las temporadas turísticas para garantizar la continuidad del trabajo, se debe buscar una reconceptualización que abarque tanto el alta como la baja temporada, invitando a repensar el modelo de negocio para garantizar la estabilidad laboral y la rentabilidad.

La necesidad de una capacitación específica en turismo es fundamental para satisfacer la demanda del mercado. Para avanzar, es crucial que el Estado y las instituciones públicas reconozcan y aborden estas diferencias. A menudo, los trámites burocráticos favorecen a las grandes empresas, quienes pueden simplificar procesos a través de un solo documento, mientras que las pequeñas empresas enfrentan una carga administrativa mayor. La digitalización ha aliviado algunos de estos problemas, pero aún persisten obstáculos que impiden a las pequeñas iniciativas prosperar.

Tabla N° 3: desafíos para la capacitación en el sector turismo

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
CAPACITACIÓN CONTINUA	8. Equidad en la asignación de recursos para capacitación	Se presentan problemas derivados de la competencia entre empresas grandes y pequeñas en el sector turístico, lo que genera una distribución desigual de recursos para capacitación.
	9. Bonificar la capacitación a empresas turísticas rurales	Se enfatiza la obligación del Estado y entidades públicas de abordar las particularidades y necesidades de capacitación en el turismo de cada región específica bonificado la ruralidad
	10. Mejorar los programas de apoyo a inserción laboral en turismo	Se menciona la posibilidad de crear programas de apoyo a jóvenes talentos en turismo, con incentivos estatales, para facilitar su integración en el mercado laboral.
	11. Promover beneficios e Incentivos a la capacitación en PYMEs turísticas	El Estado debe crear políticas y programas que fomenten la capacitación, el apoyo e incentivo a pequeñas empresas para capacitar y no dispersar los recursos de capacitación en diversos programas del estado, que solo fomentan la informalidad en la prestación de servicios en el sector

Fuente: Elaboración propia

Los panelistas destacaron que la capacitación de trabajadores en el sector turístico es fundamental para potenciar el turismo en las regiones con escaso acceso a profesionales capacitados, especialmente en lo que respecta a la baja tasa de formación profesional existen en áreas rurales. Para abordar esta problemática, es imprescindible que tanto el Estado como las instituciones públicas reconozcan los retos que enfrenta el sector y tomen medidas efectivas que beneficien a todos los actores involucrados, especialmente las pequeñas y medianas empresas.



Uno de los obstáculos más significativos son los trámites burocráticos relacionados con las franquicias tributarias, que suelen estar diseñados para favorecer a las grandes empresas, dejando a las pequeñas empresas turísticas en desventaja. Esta situación no solo limita el acceso a recursos que podrían ser utilizados para la capacitación de sus trabajadores, sino que también perpetúa la desigualdad en el sector. Por lo tanto, es crucial que se simplifiquen estos procesos y se adapten a las necesidades específicas de las pequeñas y medianas empresas, permitiendo que todos los actores del turismo puedan beneficiarse equitativamente de estas instancias de formación.

Además, la implementación de plataformas electrónicas y la digitalización de los programas de capacitación son pasos necesarios para facilitar el acceso a la formación. En un mundo cada vez más conectado, el uso de tecnologías digitales no solo puede optimizar los procesos de enseñanza, sino que también puede ofrecer nuevas oportunidades de aprendizaje a distancia, permitiendo que los trabajadores se capaciten sin la necesidad de desplazarse físicamente a centros de formación. Esto es especialmente relevante en regiones donde el acceso a servicios de capacitación es limitado.

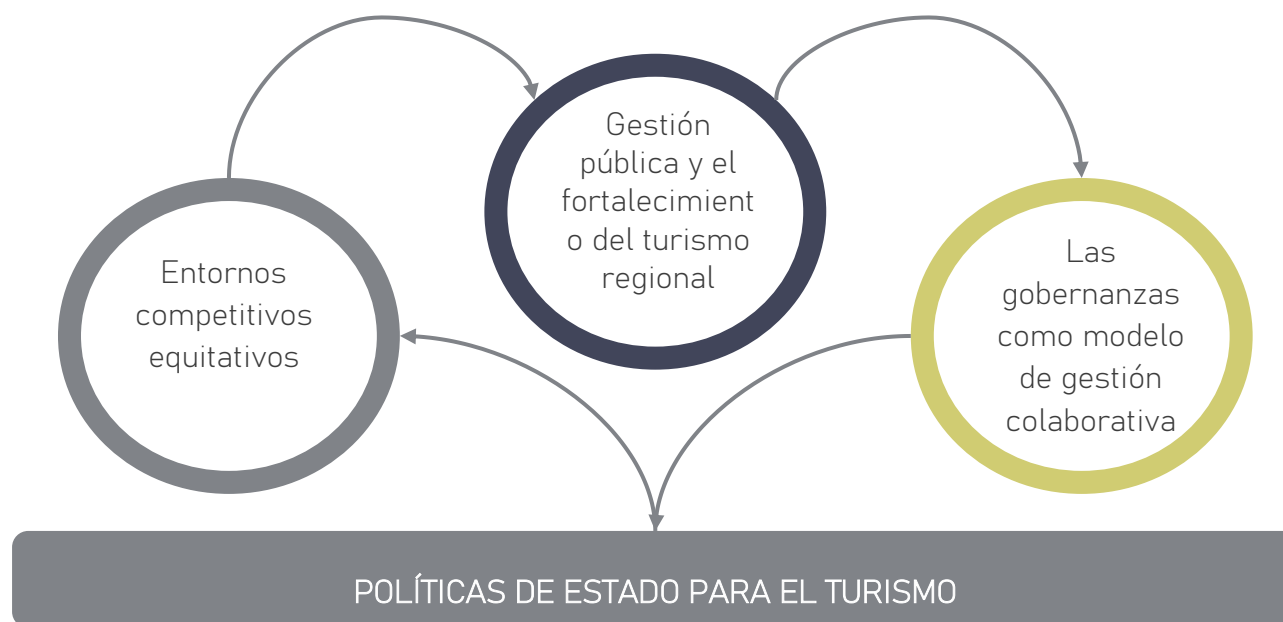
En este contexto, es importante replantear el rol de instituciones como el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) y Chile Valora. Estas organizaciones deben adaptarse a las realidades cambiantes del mercado laboral y trabajar en estrecha colaboración con empresas del sector turístico y sus trabajadores. Su objetivo debe ser crear programas flexibles, personalizados y accesibles que respondan a las necesidades específicas de la industria y fomenten el desarrollo de competencias clave.

SECCIÓN II: REGULACIONES Y LEGISLACIÓN

Las políticas gubernamentales desempeñan un papel crucial en el desarrollo de la industria turística en las diferentes regiones. El impacto de estas políticas puede variar significativamente según el contexto local, económico y cultural. Estado de Chile debe reconocer esta actividad como una actividad de interés nacional, y que demandan muchas regiones y comunidades que buscan en el turismo un modelo de desarrollo.

El análisis de las intervenciones de los panelistas evidencia la urgencia de transformar el turismo en una política de Estado permanente y descentralizada. Se propone fortalecer la institucionalidad regional, crear mecanismos de fiscalización efectivos, simplificar la burocracia y entregar incentivos reales a las empresas sostenibles. La meta es establecer un marco normativo coherente que promueva la formalización, la competitividad y la equidad entre actores del turismo regional.

Figura 2: Políticas para sostenibilidad de la actividad turística



Chile es, según estudios latinoamericanos, uno de los países donde más cuesta crear una empresa. La tramitología se ha convertido en una muralla infranqueable. Abrir un pequeño restaurante, un alojamiento rural o una agencia requiere pasar por una cadena de permisos superpuestos —sanitarios, municipales, de impuestos internos, de SERNATUR, entre otros— que rara vez dialogan entre sí.

Fuente: Elaboración propias

La relación entre continuidad institucional, descentralización efectiva y simplificación administrativa en el sector turismo es vital para construir un estado más eficiente para el desarrollo de la actividad turística. Una sólida institucionalidad del sector turísticos proporciona el marco necesario para implementar reformas de descentralización y simplificación, mientras que la

descentralización puede ayudar a mantener la continuidad al involucrar a actores regionales en la gestión de sus propias comunidades. Por otro lado, la simplificación administrativa puede ser un catalizador para la descentralización, ya que facilita el empoderamiento de entidades locales al hacer que los procesos sean más claros y accesibles.

Tabla N° 4: Institucionalidad del turismo

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
GESTIÓN PÚBLICA Y EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO REGIONAL	12. Implementar políticas de estado para continuidad institucional del turismo	El turismo requiere estabilidad y políticas que trasciendan los periodos de gobierno. La falta de continuidad en las estrategias regionales genera pérdida de recursos y desarticulación del trabajo público-privado. Los panelistas coinciden en que la fragmentación de las competencias públicas es uno de los principales problemas del turismo regional. La falta de continuidad de las estrategias y la rotación de equipos técnicos impiden consolidar políticas duraderas.
	13. Impulsar descentralización efectiva y pertinente en las regiones	Es necesario transferir atribuciones reales a los gobiernos regionales para que puedan impulsar programas y financiamientos turísticos con pertinencia territorial. Una descentralización bien implementada puede mejorar la eficiencia de los servicios públicos
	14. Simplificar los procedimientos la inversión en turismo	La excesiva permisología desalienta la inversión. Se propone una ventanilla única que agilice los procesos de apertura y regularización de emprendimientos turísticos. Se requiere una revisión exhaustiva de los procedimientos de permisos y licencias necesarios para iniciar proyectos turísticos, con el fin de reducir tiempos de espera y costos asociados a la inversión.

Fuente: Elaboración propia

Una sólida continuidad institucional en la actividad turística permite que las políticas públicas sean efectivas y sostenibles, contribuyendo al desarrollo social y económico. La existencia de normas claras, procesos establecidos y una cultura organizacional fuerte son elementos que fomentan esta continuidad.

La formalización y fiscalización adecuada de las PYMES son elementos clave para su protección y desarrollo sostenible. A través de la implementación de políticas que consideren las particularidades de estas empresas, se puede fomentar un ecosistema empresarial robusto y dinámico. La promoción de la sostenibilidad no solo beneficia a las PYMES, sino que también contribuye al bienestar social y económico general, creando un futuro más próspero y sostenible para todos.

Tabla N° 5 Entornos competitivos equitativos

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
PROTECCIÓN A PYMES TURÍSTICAS	15. Fortalecer las instancias de formalización y fiscalización en turismo regional	La informalidad afecta la imagen del destino y la competitividad del sector; se demanda una fiscalización efectiva que aplique sanciones proporcionales y fomente la igualdad de condiciones entre actores.
	16. Impulsar políticas claras para las PYMES turísticas en regiones con sello turístico	Las micro y pequeñas empresas necesitan resguardo frente a estafas, burocracia y asimetrías de poder en el mercado. Se recomienda una legislación más clara y accesible.
	17. Incentivos reales a la certificación en sostenibilidad	Los sellos y certificaciones deben traducirse en beneficios concretos, como acceso preferente a programas de promoción o financiamiento. Muchos establecimientos han invertido tiempo y recursos en obtenerlos, sin recibir beneficios concretos a cambio. Los panelistas coincidieron en que el Estado debe otorgar incentivos tangibles —como acceso preferente a programas de promoción o financiamiento— a las empresas certificadas.

Fuente Elaboración propias

Los panelistas sostienen que se observa que la informalidad y la sobrecarga burocrática generan un entorno desigual, donde los emprendedores formales asumen costos más altos sin recibir protección ni incentivos equivalentes. Muchos

emprendedores que cumplen con todas las exigencias legales, tributarias y laborales deben competir en condiciones desiguales frente a operadores informales que no tributan ni cumplen estándares mínimos de calidad y seguridad. La falta de fiscalización efectiva —y las multas bajas que no generan disuasión— fueron identificadas como un problema estructural. Se propone, por tanto, fortalecer los mecanismos de control, incluyendo la fiscalización de plataformas digitales de alojamiento y transporte, así como la aplicación de sanciones proporcionales que protejan a quienes operan formalmente.

Tabla N° 6 Las gobernanzas como modelo de gestión colaborativa

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
MODELO DE GESTIÓN COLABORATIVA	18. Impulsar mesas de gobernanza territorial	Se plantea reactivar estas instancias para coordinar a actores públicos, privados y comunitarios en torno al desarrollo planificado de los destinos. Estas mesas permiten conocer la realidad de cada territorio, coordinar acciones, evitar duplicidades y definir límites de carga turística
	19. Promover la participación ciudadana y articulación	La gobernanza colaborativa, con presencia de la academia, las comunidades y los gremios, debe transformarse en un principio rector de la política turística regional

Fuente Elaboración propias

Desde la perspectiva social y de gobernanza, se destaca el rol de la colaboración entre Estado, empresas, academia y comunidades, entendiendo el turismo como un sistema integrado de desarrollo humano, cultural y económico. Proceso de transferencia de competencias desde el nivel central hacia los gobiernos regionales y locales, fortaleciendo su capacidad de decisión y gestión. Se requiere una actualización de la Ley de Turismo la cual debe reflejar la realidad actual del sector y responder a las necesidades de un entorno cambiante. se plantea la necesidad de que las políticas turísticas se formulen con base en las realidades locales y no en esquemas uniformes. Los territorios deben definir sus propios ejes de desarrollo turístico en articulación con los instrumentos regionales de planificación. Estas medidas son fundamentales para asegurar que el turismo se convierta en un motor de desarrollo, generador de empleo y bienestar para todas las comunidades.

SECCIÓN III: DESEARROLLO ECONOMICO Y EMPLEO TURÍSTICO

En tiempos recientes, se han implementado iniciativas legales con el objetivo de mejorar las condiciones laborales en diversas industrias, incluida la turística. La reducción de la jornada laboral y el incremento del sueldo mínimo son medidas que buscan asegurar un mejor nivel de vida para los trabajadores. No obstante, estas políticas representan un desafío significativo para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) del sector turístico. El foro *El Voto del Turismo Regional Cuenta* destacó la necesidad de un enfoque colaborativo y flexible en las políticas laborales que impactan este sector. Las recientes reformas laborales, como la reducción de la jornada laboral y el aumento del salario mínimo, pueden perjudicar el empleo turístico si se aplican de manera uniforme. Se propone la creación de mecanismos flexibles y la colaboración entre el sector público y privado para minimizar impactos negativos y mejorar la calidad del empleo en el turismo. Se plantea además la importancia de valorizar el trabajo en el sector y fomentar la formación adecuada para crear empleo de calidad y duradero.

Figura 3: Visión sobre problemáticas laborales



Los participantes llamaron a la urgencia de una legislación con pertinencia territorial. El turismo, como motor del desarrollo local, no puede ser medido ni regulado con los mismos criterios que la minería o la industria manufacturera; además, las dominicas turísticas de regiones y/o rurales no son la mismas que las de Santiago.

El desafío es avanzar hacia un modelo colaborativo entre Estado, gremios y academia, donde las políticas se diseñen desde la realidad de los territorios. Ello implica también fortalecer la educación técnico-profesional vinculada al turismo, fomentar programas de aprendices y subsidios de contratación regional, y acompañar al pequeño empresario en su proceso de maduración.

El empleo turístico no es solo una fuente de ingresos; es también una forma de cohesión social, identidad y permanencia en el territorio. Por eso, garantizar condiciones que lo fortalezcan es garantizar el derecho a seguir habitando y desarrollando nuestras regiones desde la hospitalidad y la creatividad.

Fuente: elaboración propia

El turismo es una actividad económica esencial en Chile, generando empleo regional, pero enfrenta desafíos significativos debido a su estacionalidad y vulnerabilidad a factores externos. El foro *El Voto del Turismo Regional Cuenta* destacó la necesidad de un enfoque colaborativo y flexible en las políticas laborales que impactan este sector. La necesidad de flexibilidad laboral en un contexto donde las realidades de trabajo varían drásticamente entre regiones y tipos de empresas es un tema central que merece ser discutido. La ley laboral actual parece no adaptarse a las necesidades dinámicas de los sectores más vulnerables, especialmente en áreas rurales donde la oferta y demanda de empleo fluctúa más que en las ciudades.

Tabla N° 7: legislación y empleo en el sector turismo

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
LEGISLACIÓN LABORAL SEGÚN LAS DINÁMICAS DEL SECTOR TURISMO	20. Ajustar la legislación laboral a realidad de empresa regional y rural	Las políticas generales, como la jornada de 40 horas, no consideran la naturaleza estacional del turismo, afectando la contratación y la competitividad.
	21. Compensar a las empresas vulnerables por el Impacto económico de una legislación genérica.	Las reformas laborales uniformes tienen el potencial de impactar de manera significativa a diversos sectores económicos, y uno de los más afectados puede ser el turismo, que se caracteriza por su estacionalidad.
	22. Cautelar el impacto en los costos laborales para sostener el empleo en turismo	Si las reformas introducen incrementos en los salarios mínimos o en las cargas fiscales sobre el empleo, los costos laborales para las empresas turísticas podrían aumentar considerablemente.
	23. Aplicar medidas para reducir la variabilidad de empleo	En el caso del turismo, donde la demanda puede variar drásticamente según la temporada, los empleadores necesitan la capacidad de ajustar su plantilla de personal de acuerdo con la fluctuación de visitantes. Promover las vacaciones en periodos inter-estivales

Fuente: Elaboración propia

Hay una clara necesidad de abogar por acuerdos mutuos entre empleadores y empleados que permitan una flexibilidad que beneficie a ambas partes. Estos acuerdos, respaldados por plataformas digitales que facilitan el registro y seguimiento, podrían ser una solución viable. Desde la perspectiva del empresario, se siente una carga pesada al ser vistos como los "demonios" en esta narrativa laboral. Sin embargo, es importante reconocer que los empleadores también enfrentan desafíos significativos, especialmente cuando deben equilibrar la operación diaria de su negocio con las necesidades de su personal. Un entorno laboral percibido como poco flexible puede desalentar a los inversores de considerar el sector turístico como una opción viable para invertir. La falta de inversión puede resultar en un estancamiento de la innovación y en la incapacidad de las empresas para mejorar sus servicios o expandirse, lo que a largo plazo puede afectar la competitividad de un destino turístico.

Tabla N° 7: desafíos de la flexibilidad laboral en turismo

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
FLEXIBILIDAD LABORAL EN SECTOR TURISMO	24. Promover modelos laborales flexibles acorde la particularidad de las regiones	Se propone la construcción de modelos laborales flexibles que se ajusten a la demanda turística y que no comprometan la estabilidad del empleo. Se plantea un modelo laboral diferenciado que contemple jornadas por temporada o acumulativas, ajustadas a la realidad turística
	25. Implementar políticas públicas para reducir la estacionalidad del empleo turístico en regiones	Los programas de turismo social y de viajes subsidiados pueden ayudar a equilibrar la demanda y sostener el empleo, planteando que las reformas laborales deben adaptarse a las singularidades del sector.
	26. Permitir las PYMEs turísticas más flexibilidad en la contratación	La falta de flexibilidad en la contratación y despido de trabajadores. Una normativa estricta podría hacer que las empresas se sientan menos inclinadas a contratar personal temporal, lo cual podría impactar en el desarrollo económico local.

Fuente: Elaboración propia

En el plano social, se subraya la importancia de garantizar derechos laborales sin sacrificar empleabilidad ni productividad. Y desde una mirada territorial, se aboga por fortalecer la formación local y la contratación de mano de obra residente, generando identidad y arraigo en los destinos turísticos. Las problemáticas de la jornada laboral e incremento del sueldo mínimo en las

pequeñas empresas turísticas plantean un dilema constante: cómo asegurar condiciones de trabajo justas y sostenibles sin perjudicar la viabilidad de las pequeñas y medianas empresas. Las políticas deben ser revisitadas y adaptadas, teniendo en cuenta las experiencias y realidades de los distintos actores del mercado laboral. La colaboración y el diálogo son esenciales para encontrar caminos que favorezcan a todos en este ecosistema laboral.

Tabla N° 7: Calidad del empleo turístico

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
CALIDAD DEL EMPLEO TURÍSTICO	27. Implementar incentivos a la retención laboral en baja temporada para retener talentos en las regiones.	Se propone reactivar mecanismos estatales que apoyen la contratación en temporada baja y la capacitación laboral, con la necesidad de una alianza entre el Estado y la empresa privada, enfatizando políticas laborales proactivas y adaptadas a realidades locales
	28. Otorgar reconocimiento a las empresas turísticas	Se sugiere premiar a las empresas que cumplen con la ley y generan empleo formal. Por ejemplo, proporcionar formación en gestión empresarial y en herramientas digitales, así como asesoramiento sobre cumplimiento normativo, es fundamental para fortalecer la competitividad de las PYMES.
	29. Fortalecer las medidas de auto empleo y emprendimiento responsable con el turismo regional	Se enfatiza la necesidad de mejorar las condiciones para el emprendimiento y autoempleo en las regiones, la formación técnica y el sentido de pertenencia con el turismo local.
	30. Garantizar la empleabilidad en la empleabilidad del turismo regional.	El Estado debe garantizar las condiciones sociopolíticas y de seguridad con un entorno normativo que estimule el crecimiento del empleo regional. Se subraya la importancia de garantizar derechos laborales sin sacrificar empleabilidad ni productividad.

Fuente: Elaboración propia



En el debate de la mesa “Desarrollo económico y empleo turístico”, se coincidió en que el sector opera con márgenes de rentabilidad ajustados, dependientes del flujo estacional y de la informalidad creciente. Las recientes políticas laborales —como la reducción de la jornada a 40 horas y el alza del salario mínimo— fueron interpretadas como avances sociales necesarios, pero también como medidas que, sin una estrategia adaptativa, ponen en riesgo la continuidad de micro y pequeñas empresas que ya luchan por sostenerse tras la pandemia y la inflación.

Esta falta de adecuación normativa se agrava por la inexistencia de políticas diferenciadas para la pequeña empresa turística. Mientras las grandes cadenas cuentan con departamentos legales y financieros que amortiguan las nuevas exigencias,

el emprendedor local enfrenta solo la burocracia: permisos, fiscalizaciones y alzas de costos. Así, la promesa de desarrollo económico se transforma en una carga desproporcionada que desincentiva la formalización y fomenta la informalidad estructural.

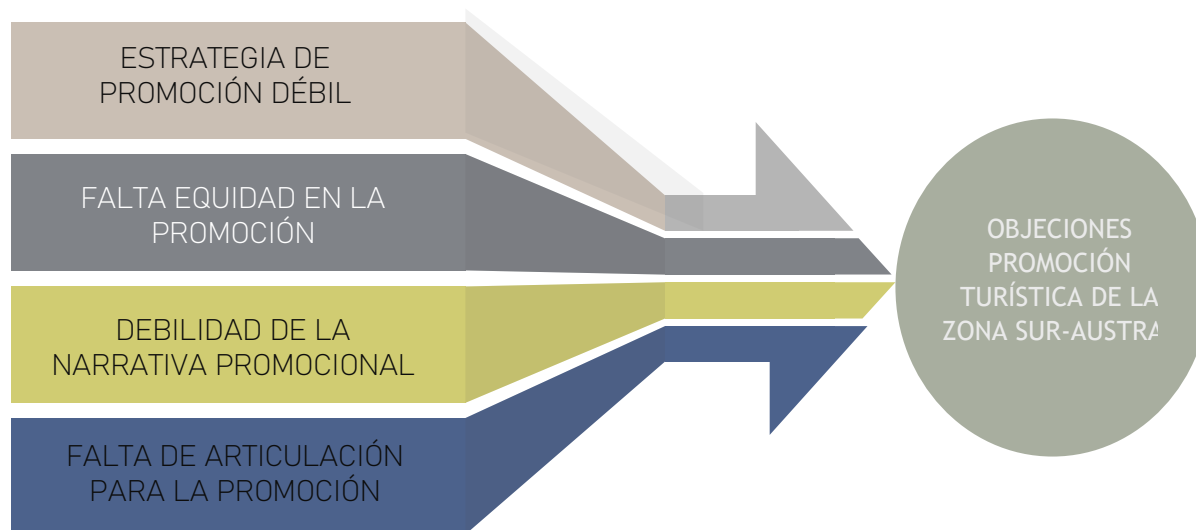
La mesa abordó además la fragilidad financiera del emprendimiento turístico. Los participantes señalaron que muchos programas de fomento —como Capital Semilla o Capital Abeja— se enfocan solo en la inversión inicial, sin considerar el capital de trabajo necesario para sostener la operación en los primeros meses. Esta falta de acompañamiento explica por qué numerosos emprendimientos fracasan o terminan vendiendo los activos obtenidos por proyectos públicos.

El turismo requiere un marco regulatorio especial, con políticas sectoriales diferenciadas que reconozcan su aporte al empleo y su vulnerabilidad estructural. No se trata de subsidios permanentes, sino de reglas adaptadas a una industria que funciona por temporada, depende del clima y se sostiene en la vocación de servicio de miles de microempresarios.

La inversión en la promoción de destinos turísticos regionales es un pilar esencial para la generación de demanda y el sostenimiento de la industria turística. A través de estrategias de marketing efectivas, se puede aumentar la visibilidad de estos destinos, atrayendo a más visitantes y, por ende, generando ingresos vitales para las comunidades locales. Sin embargo, es fundamental reconocer que la mera inversión monetaria no siempre garantiza resultados óptimos.

A través del Foro *El Voto del Turismo Regional Cuenta*, se identificó la falta de una estrategia descentralizada y la inadecuada participación del sector privado como obstáculos. El llamado del foro fue claro: avanzar hacia una promoción colaborativa, descentralizada y con relato, que ponga en valor las voces de quienes hacen el turismo desde los territorios. En foro y las mesas se han identificado cuatro puntos críticos en materia promocional, los que se presentan en la Figura N°3.

Figura 3: Reflexiones sobre la promoción turística



Fuente: Elaboración propia

A menudo, las iniciativas de promoción son insuficientes en varios aspectos clave. En primer lugar, la falta de participación de los empresarios locales en la formulación de la estrategia de promoción regionales, la promoción turística debe ser vista como una inversión que favorece el desarrollo local y la construcción de un relato común acerca de la identidad chilena. El desafío de las regiones no es solo atraer turistas, sino construir reconocimiento.

La promoción turística no puede seguir siendo vista como gasto, sino como inversión estratégica en desarrollo territorial. Cada peso invertido en visibilizar las regiones retorna multiplicado en empleo, identidad y orgullo local.

Tabla N° 8: Calidad del empleo turístico

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
BRECHAS EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA	31. Corregir las deficiencias de la estrategia de promoción para las regiones	Argumenta sobre la falta de una estrategia nacional de promoción realmente descentralizada y la inequidad en la visibilidad de las regiones. Se necesita reforzar la capacitación en marketing turístico y herramientas digitales para un enfoque más efectivo. Analiza cómo la falta de inversión sostenida crea una brecha entre destinos consolidados y emergentes, limitando la participación de pequeñas. La descentralización permitiría que las regiones tengan mayor voz y representación en la promoción, lo que puede resultar en estrategias más adaptadas a sus características únicas y en una distribución más equitativa de los recursos.
	32. Incorporar equidad en la inversión de la promoción turística con las regiones	La promoción actual es criticada por ser dispersa y centralizada, lo que no refleja la diversidad del país ni permite a las regiones menos consolidadas competir efectivamente. Muchas veces, la inversión se concentra en unos pocos destinos populares, dejando de lado a regiones con potencial turístico que podrían beneficiarse enormemente de una mayor atención.
	33. Fortalecer la narrativa promocional del turismo regional	Destaca la necesidad de construir una narrativa cohesiva que represente la identidad regional y nacional en la promoción turística. Se debe levantar las bases para construir una historia unificada del sur de Chile que englobe la diversidad cultural y geográfica de Chile, fortaleciendo el vínculo emocional con las visitantes. Es fundamental crear un relato que conecte las experiencias locales con las expectativas de los visitantes.
	34. Mejorar de articulación del comité de promoción entre el nivel central y regional	Discute la superposición de competencias entre diversas instituciones y la proyección de un consejo nacional de promoción para optimizar esfuerzos. La colaboración entre el Estado y el sector privado es esencial para fortalecer la promoción. El sector privado es crucial, ya que su colaboración puede aumentar la efectividad de la promoción; sin embargo, debe existir un marco que incentive dicha participación, actualmente limitada por las altas barreras de costo.

Fuente: Elaboración propia

Sin coherencia, la promoción puede resultar en una imagen fragmentada del país, dificultando la atracción de turistas que buscan experiencias ricas y auténticas, lo cual afecta negativamente la competitividad de las regiones en el mercado global.



gobierno o de autoridades regionales.

Se evidencia una errática utilización de las plataformas digitales; la digitalización permite alcanzar audiencias globales a través de redes sociales y plataformas digitales, facilitando que las regiones compartan su narrativa y experiencias de forma más accesible y efectiva. Promocionar el turismo regional no es solo vender destinos; es construir un relato común sobre quiénes somos como país y cómo queremos ser vistos. Y ese relato solo puede nacer desde las regiones.

El problema no radica únicamente en la falta de recursos, sino en su distribución y enfoque. La promoción suele orientarse a los destinos ya consolidados, reforzando la concentración de visitantes e inversiones. A su vez, los programas públicos tienden a privilegiar la cantidad de acciones sobre su coherencia y continuidad: campañas esporádicas, ferias aisladas y proyectos que se diluyen con los cambios de

SECCIÓN V: SUSTENTABILIDAD Y CONSERVACIÓN

En los últimos tiempos se han impulsado políticas que promueven la sustentabilidad de los destinos turístico, sosteniendo que la sustentabilidad es un factor cada vez más importante en la elección de destinos turísticos regionales, ya que los viajeros están más conscientes de su impacto y buscan opciones que protejan el medio ambiente y beneficien a las comunidades locales.

Figura N°4, Pilares para la sustentabilidad en turismo



Los panelistas del foro *El Voto del Turismo Regional Cuenta* abordan la urgencia de establecer políticas de estado que promuevan la sostenibilidad y capaciten a las comunidades locales, a la vez que se debe revisar la certificación ambiental en el sector privado y fortalecer la educación ambiental.

La discusión en torno a la sustentabilidad en el turismo chileno presenta una necesidad notoria de cohesión entre políticas económicas, ambientales y sociales. La falta de una estrategia clara ha llevado a fragmentaciones que obstaculizan el progreso sostenible a nivel regional.

Comparar el modelo chileno con el de Costa Rica resalta la importancia de construir una identidad que conecta economía y ecología en el turismo. Además, involucrar a las comunidades locales no solo es beneficioso para el turismo sino una cuestión de justicia social, considerando su conocimiento ancestral y su rol en la conservación.

La educación ambiental emerge como un núcleo de desarrollo a largo plazo, capacitando a las futuras generaciones para liderar iniciativas sustentables.

Fuente: Elaboración propia

En el ámbito económico, se reconoce que la sustentabilidad bien gestionada puede ser una ventaja competitiva para las regiones, atrayendo visitantes responsables y de mayor gasto. La sustentabilidad en turismo no debe ser vista como un costo, sino como una inversión para el futuro. Los panelistas coincidieron en que la sustentabilidad debe consolidarse como pilar del desarrollo turístico regional. Solo así se podrá construir un turismo que no solo respete, sino que enriquezca a los territorios, asegurando un legado cultural y ambiental valioso para futuras generaciones.

Tabla N° 9 Sustentabilidad y desarrollo económico

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
DESARROLLO ECONÓMICO DEL TURISMO SUSTENTABLE	35. Promover un desarrollo económico responsable del turismo	La saturación de algunos destinos como Torres del Paine requiere políticas de capacidad de carga y gestión de flujos turísticos para proteger ecosistemas y experiencias de visita. Un desarrollo equilibrado que no compromete el entorno
	36. Impulsar políticas económicas integradas a sustentabilidad	La discusión en torno a la sustentabilidad en el turismo chileno presenta una necesidad notoria de cohesión entre políticas económicas, ambientales y sociales.
	37. Implementar modelos económicos de turismo basados en la ecología	Comparar el modelo chileno con el de Costa Rica resalta la importancia de construir una identidad que conecta economía y ecología en el turismo. Se enfatiza que una falta de regulación amenaza tanto los ecosistemas como la economía regional, invitando a empoderar a comunidades locales.
	38. Ejecutar programas que promuevan la responsabilidad social empresarial	Se requiere incentivar la responsabilidad empresarial son pasos esenciales hacia un turismo regenerativo

Fuente Elaboración propias

Los panelistas enfatizan que la sustentabilidad debe ser un pilar del desarrollo turístico en Chile y sugieren varias medidas, incluyendo una fuerte educación ambiental y la planificación ecológica del territorio. Desde una perspectiva ambiental, la falta de planificación y de regulación adecuada amenaza los ecosistemas y la calidad de los destinos turísticos. Chile puede adoptar un marco regulador que priorice la sostenibilidad, así como desarrollar políticas que incentiven la conservación y la valorización de su patrimonio natural y cultural. Los retos incluyen la falta de coordinación entre diferentes políticas gubernamentales y el desafío de concienciar a las comunidades locales sobre la importancia de la sostenibilidad.

Tabla N° 10 Políticas para la sustentabilidad en turismo

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
POLÍTICAS PÚBLICAS CON PERTINENCIA LOCAL	39. Consensuar una visión de la sustentabilidad como política de estado	Se destaca la necesidad de una visión nacional unificada y se compara con el éxito de Costa Rica en el turismo sustentable, indicando que Chile carece de tal marco. Persiste la falta de coordinación entre ministerios y sugiere que se debe establecer un sistema de evaluación ambiental y coordinación intersectorial.
	40. Implementar el enfoque regenerativo en la sustentabilidad de los destinos	Se sugiere que la sustentabilidad debe cruzar todas las áreas de la planificación nacional y se plantea la transición hacia un enfoque de turismo regenerativo. La falta de una estrategia clara ha llevado a fragmentaciones que obstaculizan el progreso sostenible. El enfoque de turismo regenerativo podría diferenciar a Chile en el panorama turístico global
	41. Instaurar gobernanzas locales en el manejo sustentables de los territorios turístico	Solo mediante una gobernanza territorial sólida y una participación de todos los actores será posible construir destinos sostenibles, inclusivos y coherentes con la riqueza natural y cultural de las regiones

Fuente Elaboración propias

En el plano social, se destaca la importancia de empoderar a las comunidades locales para que participen en la gestión del turismo y se beneficien de manera equitativa. Además, desde una mirada educativa y cultural, la formación en valores ambientales y la valoración del patrimonio local son esenciales para asegurar la sostenibilidad en el largo plazo. Conjuntamente, destacaron la necesidad de planificar el territorio con criterios ecológicos y de involucrar a las comunidades en la gestión de los destinos. La sustentabilidad, señalaron, debe ser una política de Estado, articulada desde los territorios y acompañada por una gobernanza efectiva.

Tabla N° 11 Territorios turísticos sustentables

ÁMBITO	MEDIDA	FUNDAMENTACIÓN
LA COMUNIDAD Y LA EDUCACIÓN EN SUSTENTABILIDAD	42. Promover la participación comunitaria en las problemáticas de sustentabilidad	Se critica la visión tradicional de la sostenibilidad centrada solo en el medio ambiente y se llama a considerar también la equidad social y la participación comunitaria. Se discute la necesidad de involucrar a las comunidades locales y al sector privado en la gestión turística para garantizar beneficios equitativos y sostenibles.
	43. Integración de la comunidad en la gestión del territorio turístico	Destaca la necesidad de un cambio estructural en la gestión territorial y la responsabilidad colectiva para construir un turismo justo y sostenible. La falta de dirección puede ser más dañina que falta de normativas; es esencial la cohesión.
	44. Fortalecer la educación ambiental en las comunidades	La formación en valores ambientales y la valoración del patrimonio local son esenciales para asegurar la sostenibilidad en el largo plazo. La educación ambiental se presenta como crucial para transformar actitudes y comportamientos hacia la sustentabilidad, comenzando desde la educación básica
	45. Instaurar modelos de gobernando comunitaria - empresa	Solo mediante una gobernanza territorial sólida y una participación de todos los actores será posible construir destinos sostenibles, inclusivos y coherentes con la riqueza natural y cultural de las regiones.

Fuente Elaboración propias

Tabla N° 12 Compromiso empresarial

COMPROMISO EMPRESARIAL CON LA SUSTENTABILIDAD	46. Promover la responsabilidad empresarial en la inversión del turismo regional	Se requiere incentivar la responsabilidad empresarial son pasos esenciales hacia un turismo regenerativo. Se discute la necesidad de involucrar a las comunidades locales y al sector privado en la gestión turística para garantizar beneficios equitativos y sostenibles
	47. Reconocer las buenas prácticas de las PYMEs que aplican medidas sustentables	Propusieron definir una visión país basada en la sostenibilidad, fortalecer la educación ambiental y crear incentivos reales para las empresas que aplican buenas prácticas. Cada territorio debe definir sus propios límites de desarrollo y contar con instrumentos que equilibren la conservación con la actividad económica
	48. Fortalecer los modelos de certificación para las empresas turísticas	Planteó la urgencia de revisar los mecanismos de certificación y reconocimiento ambiental. Muchos emprendimientos turísticos han invertido tiempo y recursos en obtener sellos de sustentabilidad, pero estos no se traducen en ventajas competitivas concretas. Se abordan los desafíos que enfrentan los emprendimientos turísticos en la obtención de certificados de sustentabilidad y cómo podrían beneficiarles incentivos tangibles.

Fuente Elaboración propias

El debate también abordó la necesidad de redefinir el rol del Estado en materia de sustentabilidad. Los programas de certificación y fomento ambiental, aunque bien intencionados, tienden a fragmentarse en múltiples instrumentos de corto plazo. Lo que falta, según los participantes, es una política nacional de sustentabilidad turística, articulada, de largo alcance y con presencia territorial.

Se propuso que el Estado actúe como socio de la transición verde, no solo como fiscalizador. Esto implica acompañar los procesos de innovación con asesoría técnica, créditos verdes, cofinanciamiento de tecnologías limpias y acceso preferente a fondos regionales para iniciativas que reduzcan impactos ambientales o fomenten la conservación.

Asimismo, se subrayó la importancia de que las políticas públicas integren el componente humano de la sustentabilidad. No se trata solo de eficiencia energética o gestión de residuos, sino también de bienestar laboral, equidad territorial y justicia ambiental. La sustentabilidad, entendida desde las regiones, debe incluir el derecho de las comunidades a participar en las decisiones sobre el uso de sus territorios y a beneficiarse directamente de las actividades turísticas que allí se desarrollan.



El plenario del foro cerró con una reflexión compartida: la sustentabilidad debe volver a su raíz práctica, nacer del territorio y no imponerse desde el escritorio. No basta con que las políticas públicas declaren principios ambientales; deben materializarse en instrumentos simples, accesibles y coherentes.

Los sellos y certificaciones son útiles si van acompañados de educación, de incentivos y de una comunicación efectiva hacia los mercados. Pero lo más importante es que el turista, al llegar a un destino, perciba que la sustentabilidad no es un eslogan, sino una experiencia: alimentos locales, gestión eficiente del agua, energía limpia, respeto por las comunidades anfitrionas y paisajes cuidados.

La sustentabilidad, en ese sentido, no se compra, se construye. Se construye con coherencia institucional, con empresarios comprometidos, con comunidades que participan y con un Estado que acompaña. El desafío de las regiones del sur de Chile no es incorporar la sustentabilidad a su discurso, sino consolidarla como práctica cotidiana, cultural y económica.

El Foro *El Voto del Turismo Regional Cuenta* ha sido un espacio que ha permitido expresar los anhelos e inquietudes de las pequeñas y medianas empresas turísticas de la zona sur para avanzar el desarrollo de las regiones con interés en el turismo. El turismo, como actividad económica transversal y relevante en la zona sur austral, refleja en sus dinámicas las tensiones estructurales del país como el centralismo, rigidez normativa y una alta carga burocrática que obstaculiza el desarrollo de la actividad y emprendimientos locales. En las regiones del sur-austral de Chile, donde la estacionalidad marca los ritmos productivos, las empresas turísticas no solo enfrentan la tarea de atraer visitantes, sino también la de sostener empleo y productividad bajo un marco regulatorio que muchas veces no reconoce la singularidad de su funcionamiento.

Se destacó la necesidad urgente de colaboración entre el sector educativo, empresarial y el Estado para preparar adecuadamente a los futuros profesionales en turismo regional. Se añade que la adaptación curricular, la promoción de habilidades blandas y la atención a las particularidades estacionales son vitales para armar un sector turístico robusto. La creación de un ecosistema colaborativo, el desarrollo de programas específicos para el contexto local y la importancia de mantener un diálogo continuo son pasos esenciales hacia el fortalecimiento de capital humano y la mejora de la experiencia turística en la zona sur austral.

Por otra parte, el turismo regional necesita un marco político e institucional estable, descentralizado y justo. La continuidad de las políticas, la simplificación administrativa, la formalización empresarial y el fortalecimiento de la sostenibilidad constituyen pilares para un nuevo modelo de desarrollo turístico. Solo a través de una gobernanza participativa, con visión de largo plazo y articulación efectiva entre Estado, empresa y comunidad, el turismo podrá consolidarse como una verdadera herramienta de desarrollo territorial y bienestar para las regiones del país.

El empleo turístico en Chile enfrenta el desafío de equilibrar justicia laboral y competitividad. La colaboración entre el Estado, las empresas y los trabajadores es indispensable para crear políticas que promuevan la estabilidad, la capacitación y la sostenibilidad. Reconocer las particularidades del turismo y diseñar soluciones específicas permitirá transformar este sector en un generador de trabajo digno, descentralizado y con sentido territorial.

La promoción turística en Chile requiere un cambio significativo hacia un modelo más descentralizado, cohesivo y colaborativo que permita a las diversas regiones del país destacar su identidad y potencial turístico. La inversión en la promoción debe considerarse estratégica para el desarrollo local y la creación de un relato común que represente la riqueza cultural y geográfica del país. A través de la cooperación entre el Estado, las empresas y las comunidades, se puede construir una marca país auténtica y atractiva en el mundo del turismo.

Finalmente, se analiza la importancia de la sustentabilidad como base para el desarrollo turístico en Chile, destacando la necesidad de una visión clara y coherente que integre aspectos económicos, sociales, culturales y ecológicos. Los panelistas del foro *"El voto del turismo regional cuenta"* abordan la urgencia de establecer políticas de estado que promuevan la sostenibilidad y capaciten a las comunidades locales, a la vez que se debe revisar la certificación ambiental en el sector privado y fortalecer la educación ambiental. Finalmente, la planificación territorial y la transición de un turismo sustentable a un turismo regenerativo son esenciales para asegurar un futuro promisorio para los destinos chilenos.



Universidad Austral de Chile

Conocimiento y Naturaleza

