



ANDES  
SANTIAGO  
CHILE

ETAPA 2 de Implementación 2024-2026

COMITÉ DE ASIGNACIÓN ZONAL (CAZ)



**PROGRAMA ANDES SANTIAGO**  
Transforma Regional  
*“Santiago, Capital de Turismo de Montaña”*



Corporación  
Regional de  
Desarrollo



Presentado por:

Martín Le-Bert: Gerente Andes Santiago

Macarena Vallejos: Ejecutiva Técnica

# ALCANCE TERRITORIAL



## PROVINCIA CORDILLERA:

Comuna de San José de Maipo

## PROVINCIA DE SANTIAGO:

Comuna de Lo Barnechea

Parte de las comunas de Las Condes, La Reina, Peñalolén y La Florida agrupadas en la Asociación de Parque Cordillera.

## IMPACTO EN OTRAS COMUNAS DE LA REGIÓN:

Servicios de alojamiento, Servicios de transporte, Abastecimiento, etc.

# VISIÓN CONSENSUADA INICIAL



"Santiago, capital de montaña, será reconocida al año 2030 como un destino de turismo de montaña consolidado, valorado y símbolo de orgullo e identidad para Chile, que motivará la llegada de turistas locales, nacionales e internacionales durante todo el año. Destacará por su infraestructura, capital humano y una oferta integrada, diversa, inclusiva, sustentable, digitalizada, segura y de calidad, lo que permitirá impactar positivamente en la calidad de vida de sus habitantes e incrementará la generación de empleos del turismo de montaña de la Región Metropolitana. Este logro será parte de un trabajo mancomunado entre el sector público, privado, civil y académico"

# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ETAPA 1

OE1: Promover el desarrollo de las diferentes **actividades** de la Hoja de Ruta.

OE2: Facilitar proyectos locales que se orienten a la disminución de brechas.

OE3: Articular y consolidar la Gobernanza.

OE4: Posicionar al Programa como articulador de redes.

OE5: Promocionar y promover el destino Andes Santiago.

# GOBERNANZA

## COMITÉ EJECUTIVO



Claudio Orrego



Gloria Moya



Juan José Ferrada



Adrián Tapia



Francisco Díaz



Claudio Yañez



Constanza Candia



Michael Leatherbee



Cristian Nuñez



Deborah Raby



Patricio Quense



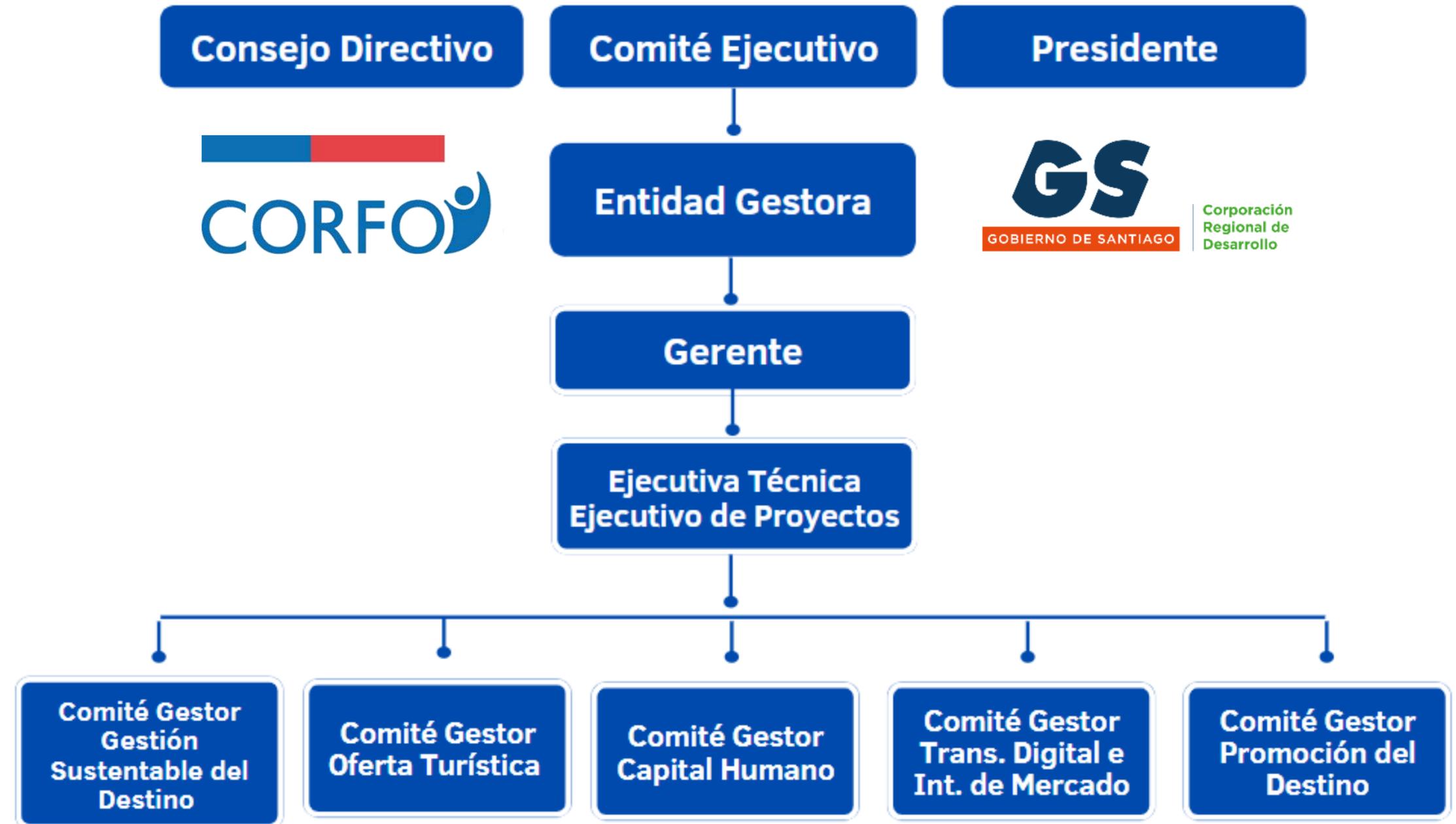
Anthony Prior



## CONSEJO DIRECTIVO



# ESTRUCTURA DEL PROGRAMA



35

Actores de la  
Gobernanza

2 por  
mes

Comité  
Ejecutivos

4 al  
año

Consejo  
Directivo

3 por  
Comité

Comités  
Gestores

# INTERACCIÓN

Relación de trabajo y colaboración multinivel con otros Programas Transforma



# PROYECTOS HOJA DE RUTA

23

Brechas priorizadas

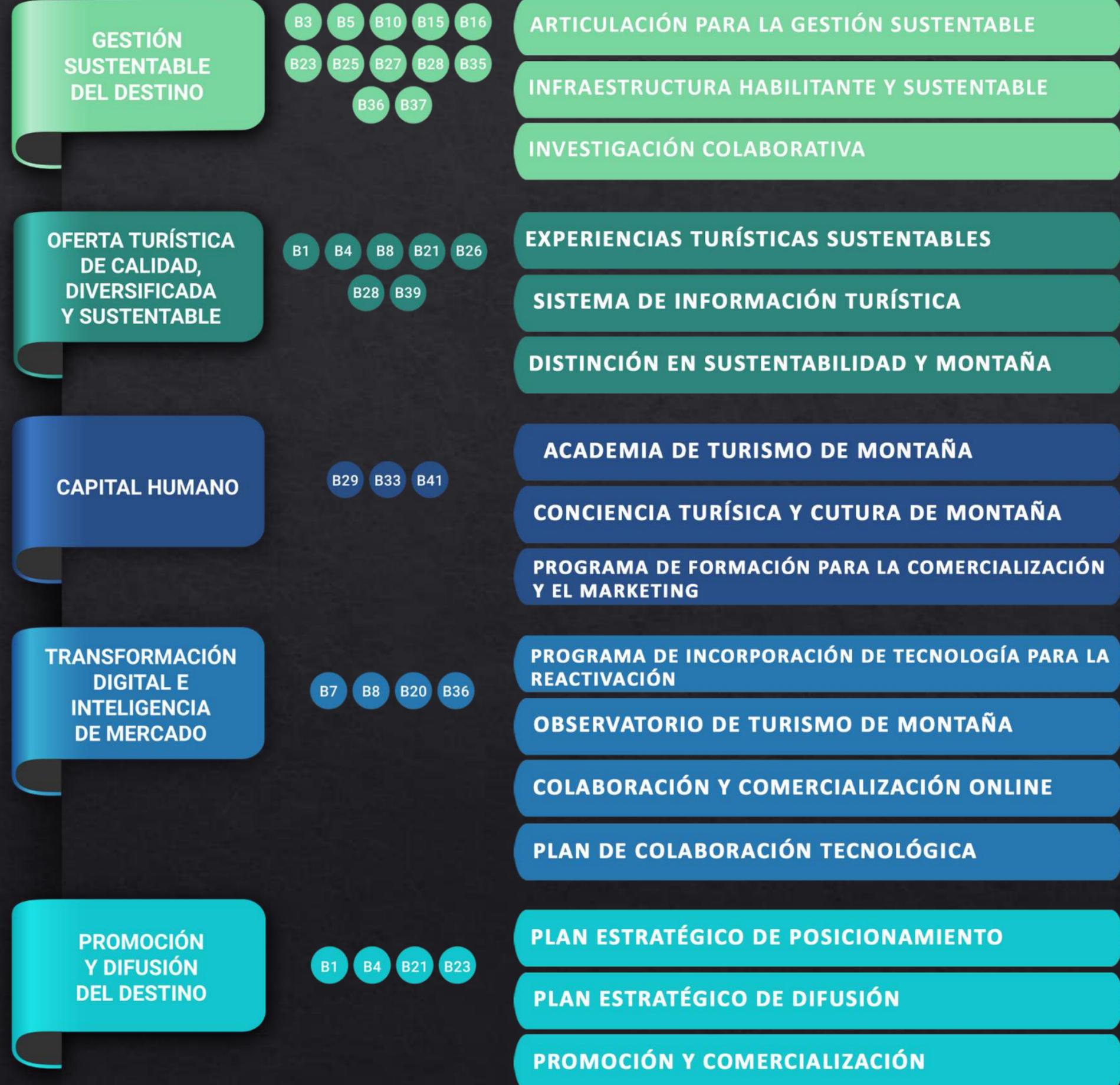
5

Ejes estratégicos



16

Proyectos



# EJE 1: GESTIÓN SUSTENTABLE

**100%**  
Cumplimiento  
HdR 1er Trienio

**33%**  
Cumplimiento  
HdR a 10 años



Índice de  
Saturación  
Aplicación en SJM



Proyecto Embalse  
del Yeso y  
Laguna Negra



FIC  
"Plan Maestro"



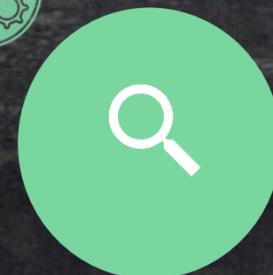
FIC  
Cartografía Táctil



Camino  
del Cóndor  
Etapa de diseño



Refugio  
Base Tupungato  
Etapa de diseño



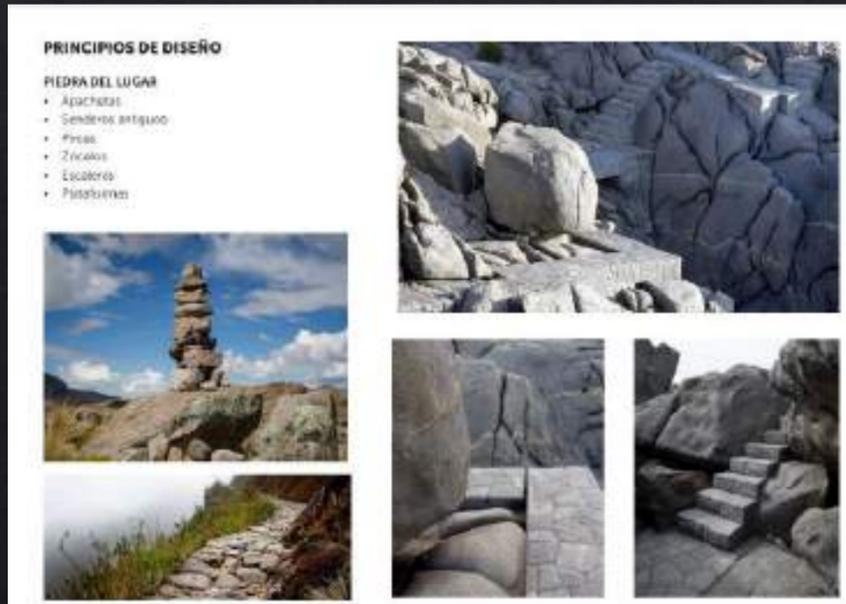
Investigación  
Colaborativa



Retos de  
Innovación

# INFRAESTRUCTURA HABILITANTE

## FIC Plan Maestro de Infraestructura Habilitante



### INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

- Áreas de acampar
- Áreas de bienvenida
- Áreas de merienda
- Refugio de montaña

### ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

- Accesibilidad universal
- Ciclovías
- Red de senderos

### INFORMACIÓN TURÍSTICA

- Señalética

Plan Maestro: desarrollo de anteproyectos de infraestructura turística sustentable con su presupuesto, para el territorio de Montaña de la Región.

## Refugio Tupungato

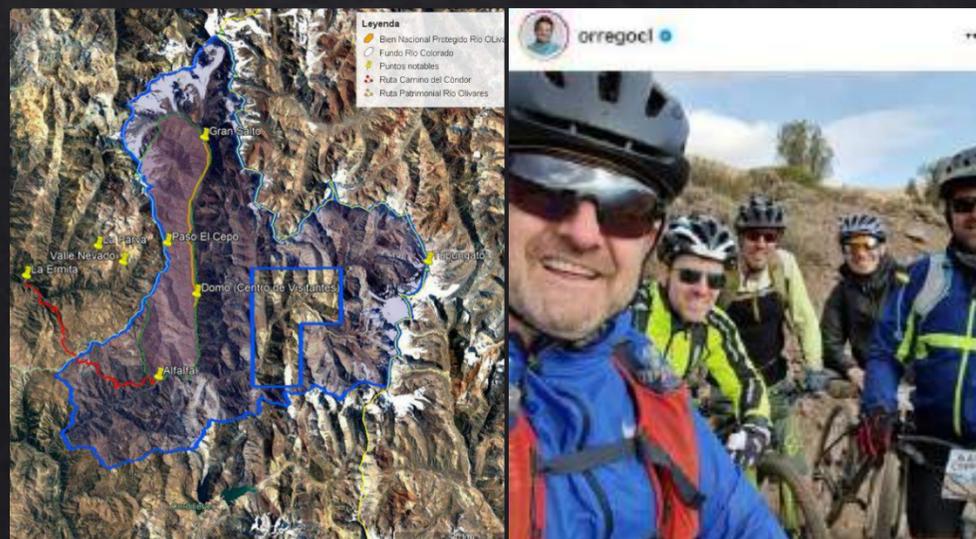


**PRESUPUESTO:**  
\$350.000.000.-

Concesión y construcción el primer refugio de media montaña de uso público, financiado por el GORE. Modelo de implementación. Podrá recibir a +2.000 personas al año.



## Ruta Patrimonial Camino del Cóndor



**PRESUPUESTO:**  
\$200.000.000.-

Declaración y habilitación como Ruta Patrimonial del MBN. Camino entre Lo Barnechea y San José de Maipo que une los dos príncipes destinos de montaña de la Región. Modelo de administración. Podrá recibir a +3.000 personas al año.



# RETOS DE INNOVACIÓN

## Retos de Innovación Consumo del Recurso Hídrico en Servicios Turísticos de Montaña

en Condiciones de Escasez Hídrica y Emergencia Climática



Prototipo validado en entornos simulados o relevantes

### Etapa 2: Validar en entorno real

Prototipo validado en entornos reales

### Etapa 3: Escalabilidad

Etapa	Etapa 2: Validar en entorno real	Etapa 3: Escalabilidad
Etapa	Implementación de un plan piloto en al menos 2 empresas de servicios turísticos.	Implementación de solución validada en al menos 5 empresas de servicios turísticos (las mismas 2 empresas de la etapa anterior, y 3 nuevas empresas).
Plazo	10 meses	10 meses
Subsidio	hasta 9 proyectos	hasta 10 proyectos
Subsidio Total		Hasta \$400 Millones

**Etapa 2 sólo empresas del territorio de montaña de la Región**

Innovación  
Tecnología

**18**  
EMPRESAS  
TURISTICAS

**\$300**  
MILLONES

# EJE 2: OFERTA TURÍSTICA DE CALIDAD, DIVERSIFICADA Y SUSTENTABLE

**67%**

Cumplimiento  
HdR 1er Trienio

**67%**

Cumplimiento  
HdR a 10 años



2 Red Mercados



Distinción de  
Montaña



Diseño de  
Experiencias



Guion del  
Destino



Catálogo  
digital



STORYTELLING  
ANDES  
SANTIAGO —  
"El Río"

STORYTELLING  
ANDES  
SANTIAGO —

"La voz de la cordillera"



Los baños a buscar el equilibrio y experimentar la adrenalina que genera el deslizarse sobre el blanco y puro mantoque cubre el piel rocosa en invierno, y la vibrante experiencia del descanso en roca cuando el sol nos acompaña con fuerza.

Los invito a descubrir y maravillarse de la belleza turística de la geografía, es donde nacen las formaciones geológicas dan vida a increíbles temas, que con sus cálidos aguas curan males y aliguan el alma.

STORYTELLING ANDES SANTIAGO



**3 LUGARES**  
de Andes Santiago  
para visitar en primavera



# GUION DEL DESTINO / DISEÑO DE EXPERIENCIAS

Desarrollo de Narrativa del Destino, para la creación de relatos turísticos de montaña diferenciadores, que agregan valor al territorio, para ser usados en el diseño de guiones de experiencias turísticas innovadoras.

- Acuerdo de relato común del destino
- Set de material
- Diseño y empaquetamiento de taller
- 3 talleres de transferencia

**1**  
Manual  
práctico

**1er**  
Mapa del  
destino

**50**  
EMPRESAS  
capacitadas



# EJE 3: CAPITAL HUMANO

**100%**

Cumplimiento  
HdR 1er Trienio

**33%**

Cumplimiento  
HdR a 10 años



Academia Turismo  
de Montaña



Conciencia Turística  
y Cultura de Montaña



Manual y Certificación  
UIMLA



# Academia de Turismo de Montaña

2023 se amplía el impacto entregando además cupos a nivel nacional

+500

Estudiantes al final del trienio

5

Cursos ejecutados primer trienio

2

Cursos emblemáticos

- Iniciación al Montañismo Responsable.
- Gestión de Riesgo.



Recording

A participant has enabled Closed Captioning Who can see this transcript? Recording on X

Coordinación Académica

# Guía de Montaña International Mountain Leader - IML

WWW.CEM-FUNDACION.CL

ACGM Formación ACGM

UIMLA Aspirant Member UIMLA

CEM Centro formador CEM



# CERTIFICACIONES UIMLA

Programa de Formación para la Competitividad (PFC)  
para certificación en el estándar UIMLA (CORFO RM)

Nº de Participantes: 11

**1er**  
**Manual**  
**UIMLA**

**11**  
**Participantes**



# EJE 4: TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA DE MERCADO

**75%**

Cumplimiento  
HdR 1er Trienio

**65%**

Cumplimiento  
HdR a 10 años



Apoyo postulación  
proyectos tecnológicos



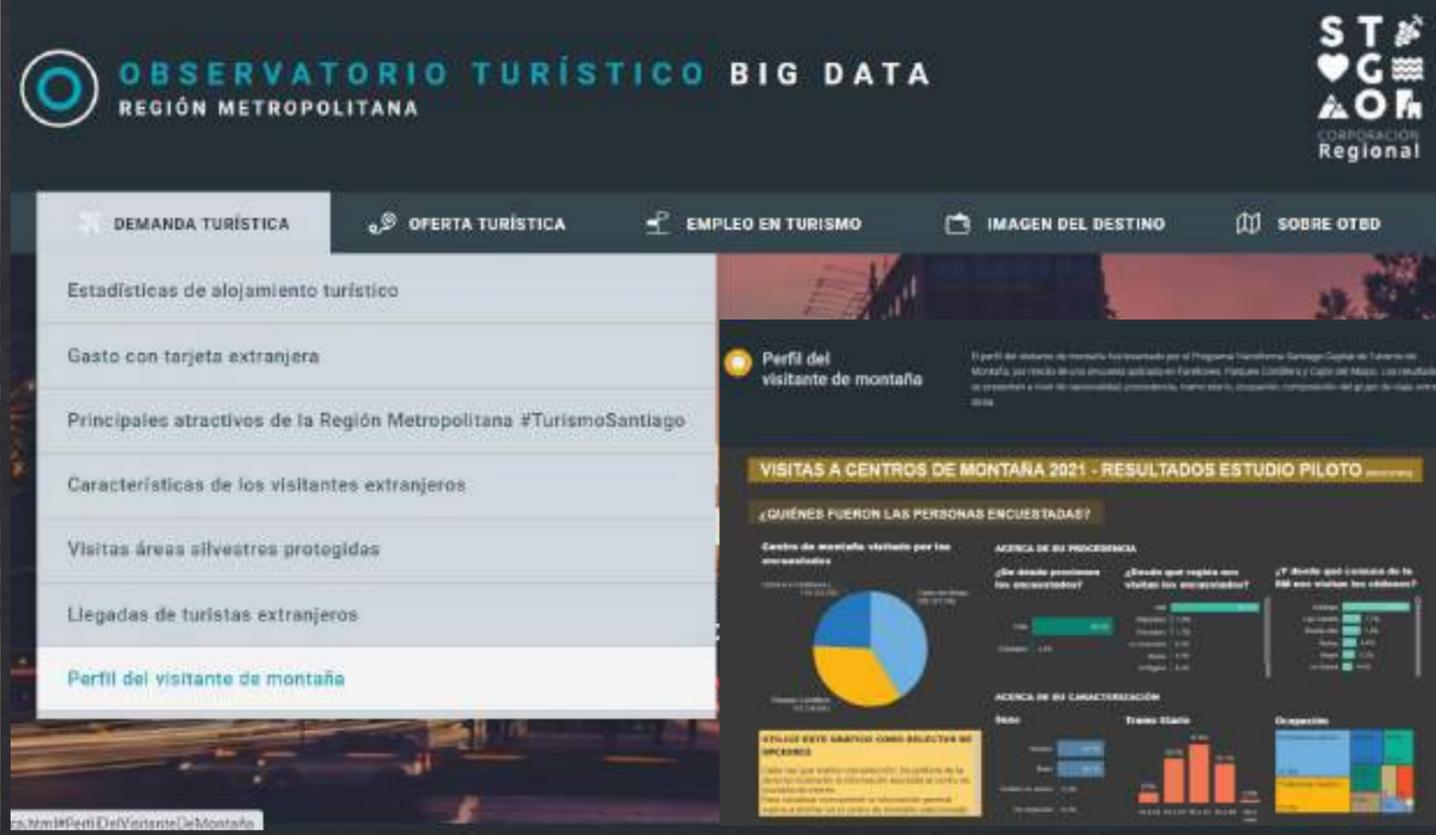
Levantar, analizar y  
difundir data



DigitAndes



Sistema de Información  
Turística



# Sistema de Levantamiento de Información Turística

Único levantamiento focalizado en el territorio de montaña a nivel país

Encuesta Demanda Perfil del Visitante de Montaña

995

Encuestas validas 2021- 2022 +de 500 en 2023

Encuesta Oferta / Caracterizar la Oferta de Montaña

60

20 Encuestas oferta 2022  
40 Encuestas oferta 2023



# EJE 5: PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE DESTINO

**100%**

Cumplimiento  
HdR 1er Trienio

**83%**

Cumplimiento  
HdR a 10 años



Estrategia  
Comunicacional



Semana Internacional  
de la Montaña  
4 versiones



Atracción de eventos  
Congreso Mundial  
de Nieve



**1RA SEMANA D ELA MONTAÑA 2020**  
+ de 147 mil vistas desde Emol

**Tema:**

- Diseño de destinos turísticos de montaña y su adopción en tiempos de COVID

**2DA SEMANA DE LA MONTAÑA 2021**  
+ de 411 mil vistas desde Emol

**Temas:**

- Acceso responsable y conservación en la montaña
- Formación del capital humano y seguridad
- Mujeres en la montaña
- Innovación y oferta turística en montaña

**3RA SEMANA D ELA MONTAÑA 2022**  
+ de 320 mil vistas desde LUN  
+ de 20 speaker

**Tema:**

- Impulsando la reactivación y mejorando el ecosistema del turismo de montaña
- Innovación
- Sustentabilidad

## 4TA SEMANA DE LA MONTAÑA

**3 días, 24, 25 y 26 de OCTUBRE**

**Tema:**

- Sustentabilidad: económica, socio cultural y ambiental en la montaña.
- Acerquemos la montaña a todos



# ÁMBITO POSICIONAMIENTO: ETAPA 1

## SITIO WEB ANDES SANTIAGO

**+ 24.321**  
visitas

**+ 105.682**  
páginas vistas

## CRECIMIENTO EN REDES SOCIALES

Seguidores



+ 1.100



+ 4.132



+ 770



+ 850

Engagement

114,13%

117,4%

19,7%

161%

## TALLERES Y PUBLICACIONES DE CONCIENCIA TURISTICA Y CULTURA DE MONTAÑA

**+ 30**  
Publicaciones en  
Redes

## PRESENCIA EN MEDIOS

**+ 60**  
Apariciones en  
medios



YouTube



Portal Informativo  
**Turism** 

## RELACIONES INTERNACIONALES

Patrocinio OMT 4ta  
Semana de la Montaña

Participación en  
Mountain Planet Francia

Vínculo con UNESCO por  
Reserva de la Biosfera

Transferencia  
Tecnológica con Andorra  
fabricación de nieve

Participación Feria  
Antioquia es Mágica,  
Colombia

# Recursos del Programa

## Presupuesto Basal 1ra Etapa (2021-2023)



## Apalancado a Junio 2023



Aportes valorizados de terceros: Talleres / charlas  
FiC-R Plan Maestro para el desarrollo de infraestructura habilitante y sustentable Andes Santiago  
FiC-R Modelo dlo. turístico inclusivo para personas ciegas y baja visión en CdM.  
FRIL Mirador de Cóndores  
CONAF Obras de Conservación de agua  
Rutas Patrimoniales Río Olivares/Andes de Santiago

Plan de Manejo y Uso público para Embalse el Yeso  
Viraliza 2022 "Semana de la Montaña" / Viraliza 2023 "Semana de la Montaña"  
Red Mercados: "Productos Turísticos de Montaña reactivación en Merc. Inter".  
Red Mercados: "Turismo de Bodas, etapa de diagnóstico"  
PAR impulsa 115 empresas  
PDT DigitAndes  
PFC UIMLA  
Retos de Innovación

## Apalancamiento Gobierno Regional Metropolitano de Santiago



# RESUMEN DE RESULTADOS: ETAPA 1

**81%**

Cumplimiento  
Brechas  
Genéricas

**2.338**

PARTICIPANTES  
DE LA HDR

**1.455**

Millones  
Apalancados  
(Otros y Corfo)

**331**

Empresas que  
participan del  
ecosistema

**+500**

CAPACITADOS  
EN ACADEMIA

**88%**

CUMPLIMIENTO  
HDR  
1er Trienio

**50%**

CUMPLIMIENTO  
HDR  
A los 10 años

Acceso a  
información  
pública  
[andesstgo.cl](http://andesstgo.cl)

**8**

ACUERDOS  
(realizadas y en  
curso)

# POSTULACIÓN 2º ETAPA (2024-2026)

# ACTUALIZACIÓN DE LA HOJA DE RUTA



# VISIÓN CONSENSUADA ACTUALIZADA



Santiago, capital de montaña, será reconocida al año 2030 como un destino de turismo de montaña, consolidado, valorado y símbolo de orgullo e identidad para Chile, que motivará la llegada de turistas locales, nacionales e internacionales durante todo el año. Destacará por su infraestructura, capital humano y una oferta que pone en valor su patrimonio y paisaje, además de ser integrada, diversa, inclusiva, sostenible, digitalizada y tecnológica, segura y de calidad, lo que permitirá un desarrollo local impactando positivamente en la calidad de vida de sus habitantes e incrementará la generación de empleos del turismo de montaña de la Región Metropolitana. Este logro será parte de un trabajo mancomunado entre el sector público, privado, comunidades y academia.

# HOJA DE RUTA ACTUALIZADA

8

Brechas prioritizadas fusionadas

5

Ejes estratégicos actualizados



13

Iniciativas

29

Proyectos

## EJES Y BRECHAS ACTUALIZADAS



### EJE 1: GESTIÓN SOSTENIBLE DEL DESTINO



Insuficiente marco legal y normativo



Baja coordinación público-privada



Bajo nivel de condiciones habilitantes

### EJE 2: OFERTA TURÍSTICA DE CALIDAD, DIVERSIFICADA Y SOSTENIBLE



Falta de diversificación de la oferta turística



Falta de formalidad y seguridad



Bajo nivel de capacitación especializada en turismo de montaña



### EJE 4: DIGITALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA



Baja innovación e incorporación de tecnología



### EJE 5: PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL DESTINO



Bajo posicionamiento del destino



# PROPUESTA DE VALOR

## ETAPA 2



### FORTALECIMIENTO

Fortalecer y consolidar a nivel regional, el desarrollo del turismo de montaña de forma articulada y estratégica con los diferentes actores públicos, privados y de la sociedad civil del territorio

### RED DE APOYO

Fortalecer una red de apoyo con y para las empresas y actores del territorio, impulsando nuevos emprendimientos e innovaciones en turismo de montaña, generando nuevas capacidades, promoviendo además la habilitación de infraestructura en el destino, mediante nueva inversión

### DEMOCRATIZACIÓN DE LA MONTAÑA

Democratizar el acceso a la montaña mediante proyectos detonantes que permitan al visitante contar con acceso, información, señalética, seguridad, infraestructura y una oferta de turismo de montaña para todas y todos, con una difusión nacional e internacional.

# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ETAPA 2

**OE1:** Favorecer la gestión sostenible del destino y su democratización, mediante la diversificación y sofisticación de la oferta turística, el fortalecimiento del capital humano y la transformación digital y tecnológica del destino.

**OE2:** Fortalecer y consolidar al programa en su rol de coordinador y articulador de redes que buscan promover y poner el valor el destino de Andes Santiago, involucrando y articulando a la gobernanza con el fin de fomentar la colaboración y el desarrollo de proyectos conjuntos.

**OE3:** Posicionar, promover y consolidar a Andes Santiago como el principal destino de turismo de montaña, apuntando a diferentes públicos objetivos tanto a nivel nacional como internacional.

**30**

Innovaciones de productos o experiencias turísticas

**25**

Empresas que incorporan tecnologías

**540**

Personas capacitadas /certificadas

**15**

Nuevos actores en la Gobernanza

**Estrategia sostenible**

Acuerdos para la adaptación al cambio climático

**11**

Acuerdos /convenios Para reducir brechas de coordinación

**30%**

Aumento de presencia en medios nacionales e internacionales

**Participación en mercado Colombia y Brasil**

# ESTRATEGIA ETAPA 2



CONSOLIDACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA DE TURISMO DE MONTAÑA

FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN SUSTENTABLE DEL DESTINO, MEDIANTE EL DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA HABILITANTE, ACCESO DEMOCRÁTICO A LA MONTAÑA Y LA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO, PAISAJE Y CULTURA RESPONSABLE DE MONTAÑA

ACELERAMIENTO DE LA INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS, MEDIANTE EL DESARROLLO, SOFISTICACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS, SEGUROS, ACCESIBLES, DE CALIDAD Y SOSTENIBLES

ATRACCIÓN DE INVERSIONES, MEDIANTE EL APALANCAMIENTO PÚBLICO Y/O PRIVADO

ACCIONES DE POSICIONAMIENTO MEDIANTE DIFUSIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

Sustentabilidad

Desarrollo Territorial

Género

Democratización

# HOJA DE RUTA ACTUALIZADA

Brechas	Ejes	Año 4 (etapa 2)	Año 5 (etapa 2)	Año 6 (etapa 2)	Año 7	Año 8	Año 9	
1. Baja coordinación público/privada  2. Bajo nivel de condiciones habilitantes  3. Insuficiente marco legal y normativo	EJE N°1: Gestión Sostenible del Destino	Infraestructura y Equipamiento Sostenible					4	
		Planificación y Gestión para el Desarrollo del Destino					4	
		Patrimonio, Paisaje y Cultura Responsable de Montaña						2
		Investigación Colaborativa en Temas de Turismo de Montaña						1
4. Falta diversificación de la oferta turística  5. Falta de formalidad y seguridad	EJE N°2: Oferta turística de calidad, diversificada y sostenible	Plataforma de Información Turística de Montaña					1	
		Experiencias Turística Integradas					3	
		Sostenibilidad y Economía Circular para las Empresas de Montaña						2
		Innovación con foco en empresas turísticas de montaña						1
6. Bajo nivel de capacitación especializada en turismo de montaña	EJE N°3: Capital Humano del Destino	Formación en Turismo de Montaña (Academia)					1	
		Certificaciones para Guías de Turismo y Montaña						2
7. Baja innovación e incorporación de tecnología	EJE N°4: Digitalización y tecnología	Información para la Toma de Decisiones					1	
		Transformación Digital y Tecnológica						2
8. Bajo posicionamiento del destino	EJE N°5: Promoción y Difusión del destino	Posicionamiento y Difusión Destino de Montaña Andes Santiago					5	

Sustentabilidad, desarrollo territorial, género y democratización

## Hito 1:

Implementación Proyectos del Plan Maestro de Infraestructura Pública Habilitante

## Hito 2:

1ra Estrategia para el Desarrollo de Turismo de Montaña

## Hito 3:

Fomento a la Innovación para nuevas Experiencias Turísticas de Montaña

## Hito 4:

Posicionamiento de la Academia a nivel regional y nacional

## Hito 5:

Referente en data pública de oferta y demanda del destino

## Hito 6:

Consolidación la Semana de la Montaña

\*Iniciativas ajustadas

\*Iniciativas nuevas

\*Iniciativas de continuidad

\*N° de proyectos por iniciativa

# GOBERNANZA Y REDES ETAPA 2

## Nuevos Integrantes a la Gobernanza



## Participación en la planificación territorial



## Comisiones Estratégicas Especiales



# RESUMEN DE RESULTADOS ETAPA 2

## ESTRATEGIA PARA GESTIÓN SOSTENIBLE

Estándares y normativas  
Adaptación al cambio climático

## ACUERDOS Y CONVENIOS

Articulación cadena de  
valor mejorar fallas de  
coordinación

**140**  
EMPRESAS  
PARTICIPANTES

acceso a mercados y  
financiamientos

**30**

INNOVACIONES DE  
PRODUCTOS O  
EXPERIENCIAS  
TURÍSTICAS

## AUMENTO DE INFRAESTRUCTURA PÚBLICA DE MONTAÑA

Ejecución de proyectos del plan  
maestro de infraestructura  
habilitante

## GENERADOR DE DATA PÚBLICA DE OFERTA Y DEMANDA

PUBLICACIONES EN OBSERVATORIO  
TURÍSTICO BIG DATA RM

**25**  
EMPRESAS  
INCORPORAN  
TECNOLOGÍAS

**440/100**  
CAPACITADOS  
/CERTIFICADOS

## NUEVOS ACTORES EN LA GOBERNANZA

Abordar temas estratégicos de  
coordinación

## INVESTIGACIONES RELACIONADAS CON TURISMO DE MONTAÑA

Conocimiento científico y  
tecnológico

**+30%**  
PARTICIPACIÓN  
MEDIOS NACIONALES  
E INTERNACIONALES

PARTICIPACIÓN  
EN MERCADO  
COLOMBIA Y  
BRASIL

# PRESUPUESTO DEL PROGRAMA 2024 - 2026

## Apalancamiento Gobierno Regional Metropolitano de Santiago



RP Camino del Cóndor  
2024



Programa de Fort Capital  
Humano 2024



Proyectos Plan Maestro  
San José de Maipo

# PRESUPUESTO DEL PROGRAMA 2024 - 2026

## Presupuesto Basal 2 da Etapa

CUADRO N°1: PRESUPUESTO CONSOLIDADO 2° ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN						
N°	ÍTEM	DESCRIPCIÓN DEL GASTO	TOTAL PRESUPUESTO (\$)	TOTAL OTROS APORTES (\$)	TOTAL APORTE CORFO (\$)	
<b>1</b>	<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>		\$ 205.795.536	\$ 24.000.000	\$ 181.795.536	
1.1	Actividades (incluye viáticos)		\$ 159.295.536	\$ 24.000.000	\$ 135.295.536	
1.2	Gastos de promoción y difusión.		\$ 46.500.000	\$ -	\$ 46.500.000	
<b>2</b>	<b>GASTOS DE RECURSOS HUMANOS</b>		\$ 317.204.464	\$ 81.000.000	\$ 236.204.464	
2.1	Remuneraciones		\$ 317.204.464	\$ 81.000.000	\$ 236.204.464	
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO SIN OH</b>			\$ 523.000.000	\$ 105.000.000	\$ 418.000.000	
<b>% Cofinanciamiento</b>			<b>100%</b>	<b>20%</b>	<b>80%</b>	
<b>3</b>	<b>OVERHEAD (OH)</b>		\$ 62.000.000	N/A	\$ 62.000.000	
					<b>% OH</b>	<b>14,83%</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO 2° ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN (\$)</b>			\$ 585.000.000	\$ 105.000.000	\$ 480.000.000	



ANDES  
SANTIAGO  
CHILE

**¡MUCHAS GRACIAS!**

**PROGRAMA ANDES SANTIAGO**  
Transforma Regional  
*“Santiago, Capital de Turismo de Montaña”*



Corporación  
Regional de  
Desarrollo



Presentado por:

Martín Le-Bert: Gerente Andes Santiago

Macarena Vallejos: Ejecutiva Técnica