CORREDOR BIOCEÁNICO DE CAPRICORNIO

PLAN MAESTRO REGIONAL
DE INTEGRACIÓN Y DESARROLLO



DIMENSIÓN · DESARROLLO PRODUCTIVO LOCAL

ESTUDIO SOBRE CADENA DE VALOR

Turismo

Salta y Jujuy · Antofagasta y Tarapacá

INFORME FINAL

Coordinador técnico y financiero — Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
Entidad ejecutora — Consultora: Ana Cornejo

NOVIEMBRE 2026

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

Sector de Productividad, Comercio e Innovación | Unidad PTI/PST

GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO EN EL MARCO DEL PLAN MAESTRO REGIONAL DEL CORREDOR BIOCEÁNICO DE CAPRICORNIO (CBC)

JUJUY | SALTA | ANTOFAGASTA | TARAPACÁ

INFORME FINAL

Diagnóstico Estratégico y Plan de Acción del Turismo en el Corredor Bioceánico de Capricornio – Argentina y Chile

Mg. Ana Cornejo Remy, Consultora

Con la colaboración de la Mg. Tatiana López y el Tec. Javier Francisco Arias

INFORMACIÓN GENERAL	
Consultora	Ana Cornejo Remy
Contrato	PEC #131175 | Products and External Services Consultant
Período	22 de abril de 2026 – 30 de septiembre de 2026
Territorios	Salta y Jujuy (Argentina) – Antofagasta y Tarapacá (Chile)
Supervisión BID	Sebastián Guillén Ureña | PTI/PST
Fecha de entrega	29 de septiembre de 2026

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....7

1. Introducción y Contexto.....23

2. Síntesis Metodológica.....25

2.1. Fuentes de Información y Relevamiento Documental.....26

2.2. Proceso Participativo.....26

2.3. Trabajo de Campo.....27

2.4. Uso de la IA.....27

3. El contexto: el turismo en Argentina y Chile.....29

3.1. El turismo a nivel mundial, con foco en América Latina.....29

3.1.1. El turismo internacional en 2025–2026.....29

3.1.2. Tendencias de demanda: qué buscan los viajeros en 2025–2026.....32

3.1.3. Proyección de mercados emisores clave para América Latina.....34

3.1.4. Tendencias de gestión y consumo turístico.....36

3.2. El turismo en Argentina.....37

3.2.1. Indicadores del turismo en Argentina.....38

3.2.2. Gobernanza, marco de inversión y política turística.....39

3.2.3. Abordaje de la planificación turística en Argentina.....41

3.2.4. Conectividad aérea.....42

3.2.5. Marca país y plataformas de promoción turística.....43

3.3. El turismo en Chile.....43

3.3.1. Indicadores del turismo en Chile.....44

3.3.2. Gobernanza, inversión y política turística.....46

3.3.3. Abordaje de la planificación turística en Chile.....47

3.3.4. Conectividad aérea.....48

3.3.5. Marca país y plataformas de promoción turística.....49

3.4. Relaciones bilaterales en turismo entre ambos países.....50

4. Presentación general del territorio.....53

4.1. El tramo del Corredor Bioceánico de Capricornio por el norte de Argentina y Chile. .53

4.2. Las secciones del CBC.....54

4.3. Caracterización socioeconómica del área de estudio.....57

4.3.1. Funcionalidades de los centros urbanos dentro del corredor.....58
4.4. Antecedentes de abordaje del turismo en el marco del CBC.....60
4.4.1. Las instancias de trabajo turístico del CBC.....60
4.4.2. La inclusión de los Municipios en el CBC.....65
5. Diagnóstico Territorial.....66
5.1. Diagnóstico por Provincia/Región.....66
5.1.1. Provincia de Jujuy (Argentina).....66
5.1.2. Provincia de Salta (Argentina).....72
5.1.3. Región de Antofagasta (Chile).....78
5.1.4. Región de Tarapacá (Chile).....84
5.1.5. Síntesis Comparativa de los Cuatro Territorios.....88
5.2. Análisis complementarios.....90
5.2.1. Aproximación al posicionamiento comercial de la oferta turística de los territorios.....90
5.2.1.1. Posicionamiento de los atractivos y oferta de actividades turísticas de cada región a partir de los registros de TripAdvisor.....90
5.2.1.2. Presencia comercial de Salta, Jujuy, Tarapacá y Antofagasta en el catálogo de DMC y operadores turísticos nacionales de Argentina y Chile.....95
5.2.2. Relevamiento del sector privado.....97
5.2.3. Relevamiento del sector municipal.....109
5.2.3.1. Resultados de la encuesta a municipios del Corredor Bioceánico de Capricornio.....109
6. Análisis FODA e identificación de objetivos y vectores de transformación.....115
6.1. FODA Integrado del Corredor.....115
6.1.1. Fortalezas (factores internos positivos).....118
6.1.2. Debilidades (factores internos negativos).....119
6.1.3. Oportunidades (factores externos positivos).....122
6.1.4. Amenazas (factores externos negativos).....124
6.2. Matrices FODA Territoriales.....125
6.2.1. FODA – Jujuy (Argentina).....126
6.2.2. FODA – Salta (Argentina).....129
6.2.3. FODA – Antofagasta (Chile).....133
6.2.4. FODA – Tarapacá (Chile).....137
6.3. Hacia un nuevo modelo de desarrollo turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio.....142

6.3.1. Modelo de Desarrollo Turístico Deseado del Corredor Bioceánico de Capricornio 142
6.3.2. Grandes desafíos estratégicos del Corredor Bioceánico de Capricornio.....144
6.3.3. Hallazgos, brechas, objetivos estratégicos y vectores de transformación estratégica del Corredor en su Conjunto.....145
6.3.3.1. Desarrollo de los hallazgos estratégicos del Corredor.....151
6.3.3.2. Brechas Estratégicas del Corredor.....155
6.3.4. Zonas Transversales de Atención Prioritaria.....164
7. De los hallazgos a las propuestas.....165
8. Plan de inversión..... 166
8.1. Del diagnóstico a la propuesta.....166
8.1.1. Los cinco desafíos estratégicos.....167
8.1.2. Cómo se constituyeron las carteras territoriales.....168
8.1.3. Alcance y carácter de la cartera.....169
8.2. Cartera de proyectos de inversión.....170
8.2.1. Nivel I — Competencia nacional.....176
8.2.2. Nivel II — Subnacional común al CBC.....177
8.2.3. Nivel III — Subnacional específico de cada territorio.....177
9. Propuesta de Circuitos Integrados.....179
9.1. Bases conceptuales y territoriales de la propuesta.....179
9.1.1. Antecedentes en los ámbitos de articulación del corredor.....179
9.1.2. Qué se entiende por ruta y circuito turístico binacional.....180
9.1.3. Estadios de desarrollo turístico de los destinos del corredor.....181
9.1.4. Afinidades temáticas y productos de interés especial.....182
9.1.5. Atributos y activos turísticos estratégicos del corredor.....183
9.2. La oferta de circuitos existente.....185
9.2.1. Circuitos binacionales integrados: estado de consolidación y debilidades estructurales.....185
9.2.2. Circuitos internos mejor comercializados por territorio.....186
9.3. Esquema propuesto de circuitos.....187
9.3.1. Nodos territoriales y destinos articuladores.....187
9.3.2. Lógicas complementarias de estructuración.....188
9.3.3. Desarrollo de Categorías.....189
9.3.3.1. Categoría A. Eslabones territoriales y circuitos asociados al eje troncal CBC.189
9.3.3.2. Categoría B. Rutas de experiencias temáticas.....191
9.4. Resumen del portafolio de circuitos y rutas del CBC.....194

9.4.1. Categoría A. Eslabones territoriales y circuitos asociados al eje troncal CBC....194
9.4.2. Categoría B. Rutas de experiencias temáticas....203
10. Hoja de Ruta y Próximos Pasos....211
10.1. Fortalecimiento de la gobernanza turística del CBC....211
10.1.1. Punto de partida: la organización institucional existente....211
10.1.2. Propuesta de fortalecimiento de la Mesa de Turismo del CBC....212
10.1.3. La contraparte privada: la Mesa de Cámaras y Gremios....213
10.1.4. Participación comunitaria: un Consejo Asesor, no una mesa más....214
10.1.5. Diálogo con el sector minero....214
10.1.6. Cofinanciamiento de la Mesa de Turismo....214
10.1.7. Articulación con el tramo Paraguay-Brasil del Corredor....215
10.2. Mapa de Actores....215
10.3. Estrategias para la puesta en marcha de la Hoja de Ruta....216
Estrategia 1 — Fortalecimiento de la gobernanza....217
Estrategia 2 — Validación y desarrollo de los circuitos y rutas de experiencias temáticas....218
Estrategia 3 — Generación de visibilidad del corredor....218
Estrategia 4 — Incorporación y fortalecimiento del sector privado y las comunidades 219
Estrategia 5 — Articulación con otros sectores productivos....219
Estrategia 6 — Fortalecimiento de los gobiernos locales....219
Estrategia 7 — Articulación con las instancias nacionales....220
10.4. Cronograma de implementación de la Cartera de Proyectos de Inversión....220
11. Reflexiones finales....223
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS....227
ANEXOS....235

RESUMEN EJECUTIVO

Objetivo y alcance del estudio

El presente estudio tiene por objetivo caracterizar la cadena de valor del turismo del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC), integrado por las provincias de Salta y Jujuy (Argentina) y las regiones de Antofagasta y Tarapacá (Chile), y construir una lectura estratégica compartida que sirva de base para la formulación de un Plan de Acción y una Hoja de Ruta orientados al desarrollo de un circuito turístico binacional con un modelo de gobernanza público-privada.

El estudio analiza los cuatro territorios tanto desde una perspectiva individual como comparativa, identificando fortalezas, brechas, oportunidades y desafíos comunes a partir de ocho ejes diagnósticos: **Posicionamiento Territorial; Oferta Turística; Infraestructura y Conectividad; Demanda Turística; Comercialización y Posicionamiento; Formalización, Calidad y Capital Humano; Sostenibilidad; y Gobernanza e Institucionalidad**. Este enfoque permitió comprender las particularidades de cada territorio y, al mismo tiempo, construir una visión integrada del corredor como espacio de cooperación y desarrollo turístico, entendiendo que ningún territorio del CBC podría sostener por sí solo el activo que representan en conjunto.

Metodología utilizada

La elaboración del diagnóstico se desarrolló en cuatro etapas complementarias. En primer lugar, se realizaron diagnósticos territoriales para cada jurisdicción a partir de un amplio conjunto de fuentes primarias y secundarias. Entre las primeras se incluyeron entrevistas y reuniones con referentes del sector público, privado, académico y comunitario (de estas instancias participaron aproximadamente 120 personas); encuestas dirigidas al sector privado y a los municipios; notas de campo sistematizadas a partir del protocolo de registro utilizado durante las visitas presenciales y virtuales; y un relevamiento propio de la oferta turística comercializada en plataformas digitales, aplicado de manera consistente en los cuatro territorios sobre portales oficiales, OTA internacionales y agencias mayoristas. Como fuentes secundarias se analizaron los estudios elaborados en el marco del PM-CBC —el Estudio de Infraestructura y el Informe de Facilitación del Comercio y Procesos Transfronterizos—, los planes estratégicos y políticas públicas de cada territorio, las estadísticas oficiales disponibles y los antecedentes de reuniones, foros y espacios institucionales vinculados al corredor. De manera complementaria, se incorporó el análisis del contexto turístico internacional y nacional, y de otras variables relacionadas con el posicionamiento digital y la evolución de la actividad.

En una segunda etapa se elaboraron y homogeneizaron las matrices FODA de cada territorio, unificando criterios de redacción y de codificación por eje diagnóstico para permitir su lectura comparada. Sobre esa base se construyó el FODA Integrado del corredor, identificando los factores transversales presentes en más de un territorio o eje de análisis. Finalmente, se formularon los Hallazgos, las Brechas y los Vectores de Transformación Estratégica,

organizados en tres escalas de análisis —el corredor en su conjunto, la lectura diferencial por jurisdicción y las zonas transversales de atención prioritaria— concebidos como insumos directos para la formulación del Plan de Acción y la Hoja de Ruta del circuito binacional.

El trabajo de campo permitió, además, recorrer las provincias de Salta y Jujuy y las regiones chilenas de Tarapacá y Antofagasta, desarrollando reuniones con autoridades provinciales, regionales y municipales, organismos públicos, cámaras empresariales, prestadores turísticos, universidades, comunidades locales y pueblos originarios. Este recorrido complementó el análisis documental y permitió identificar una serie de aprendizajes transversales —que se desarrollan en los apartados siguientes— que exceden las particularidades de cada territorio y aportan elementos estratégicos para el desarrollo del corredor.

Un corredor con activos de escala internacional

El diagnóstico confirma que el CBC reúne una combinación de activos territoriales, patrimoniales, institucionales y empresariales que le otorgan condiciones favorables para consolidarse como un espacio turístico integrado. Los cuatro territorios presentan trayectorias de desarrollo diferentes —desde regiones con décadas de posicionamiento internacional hasta municipios que recién incorporan el turismo a su agenda— pero comparten recursos naturales y culturales de jerarquía, destinos consolidados y áreas emergentes, organismos públicos especializados, cámaras empresariales, instituciones académicas y una experiencia creciente en materia de gestión turística.

En conjunto, el turismo genera un impacto económico superior a los USD 630 millones anuales y más de 70.000 empleos directos en las cuatro jurisdicciones, sostenido por una oferta creciente de instrumentos públicos orientados al fortalecimiento del sector: programas de capacitación, líneas de innovación y transformación digital, esquemas de apoyo a destinos emergentes y dispositivos de acompañamiento a emprendedores turísticos, con distinto grado de desarrollo en cada territorio pero una orientación de política notablemente convergente entre los cuatro.

Su principal atributo es la diversidad y complementariedad de sus recursos. En menos de veinticuatro horas es posible atravesar el Chaco salteño, las Yungas, la Quebrada de Humahuaca, la Puna por encima de los 4.000 metros, el Desierto de Atacama y el océano Pacífico —una transición geográfica, climática y cultural que pocas regiones del mundo pueden ofrecer en un mismo itinerario—. A ello se suman recursos de reconocimiento internacional: el desierto más árido del planeta, algunos de los cielos más oscuros del mundo para el astroturismo, los viñedos de mayor altitud, ecosistemas extremófilos, el refugio del yaguareté, el Qhapaq Ñan como sistema vial andino reconocido por la UNESCO, pueblos reconocidos entre los más bellos del mundo y la presencia de culturas originarias que mantienen vivo un patrimonio material e inmaterial de gran valor. Esta combinación constituye una plataforma de productos turísticos difícilmente comparable con otros corredores de integración sudamericanos y representa una oportunidad concreta para

posicionar internacionalmente un destino de excepcional diversidad ambiental, cultural y paisajística.

Territorialmente, el corredor ocupa además una posición estratégica que articula el norte de Argentina y Chile a través de los pasos internacionales de Jama y Sico —este último habilitado en junio 2026 para todo tipo de vehículos, tras superar las limitaciones que regían hasta hace pocos meses—, complementados por otros pasos fronterizos con Bolivia que amplían las posibilidades de integración regional y el desarrollo de circuitos turísticos a escala trinacional. Esta misma vocación de corredor abierto podría también sumar, a futuro, a otras provincias del norte argentino y a otras regiones del norte chileno, ampliando el radio de acción del proyecto más allá de sus cuatro jurisdicciones fundadoras.

Concentración territorial y una oportunidad de diversificación

El análisis evidencia, sin embargo, una fuerte concentración territorial de la actividad. En cada jurisdicción, uno o dos destinos concentran la mayor parte de la demanda, la infraestructura y los servicios turísticos, mientras extensas áreas del territorio permanecen en distintas etapas de desarrollo, desde estadios consolidados hasta situaciones claramente emergentes. Esta situación plantea como desafío identificar recursos únicos, auténticos y distintivos en esas áreas menos desarrolladas, fortalecer su puesta en valor, ampliar la oferta de servicios asociada, promover inversiones y consolidar destinos emergentes que permitan distribuir de manera más equilibrada los beneficios del turismo e ir integrándolos progresivamente a los circuitos ya consolidados.

Esta heterogeneidad no debería interpretarse como una debilidad, sino como una oportunidad. Los destinos más consolidados pueden actuar como impulsores de nuevos flujos hacia los territorios emergentes, mientras que estos últimos ofrecen alternativas para diversificar itinerarios, ampliar la permanencia de los visitantes y disminuir las presiones de uso sobre los destinos más saturados —una dinámica especialmente relevante en los casos donde la concentración de demanda ya genera tensiones sobre recursos hídricos y capacidad de carga—. El desarrollo turístico del corredor deberá entenderse, por lo tanto, como un proceso gradual, donde la cooperación entre territorios adquiere mayor relevancia que la competencia entre destinos.

En este contexto, el papel de los municipios adquiere una importancia estratégica particular. Son los gobiernos locales quienes intervienen directamente sobre el espacio público, la gestión del patrimonio, la señalización, la promoción, la calidad urbana y la relación cotidiana con residentes y visitantes. Sin embargo, las capacidades institucionales observadas son muy heterogéneas entre municipios de un mismo territorio y entre los cuatro territorios, lo que pone de manifiesto la necesidad de fortalecer especialmente a aquellos gobiernos locales que recién comienzan a desarrollar políticas turísticas propias.

De la demanda nacional a la proyección internacional

Salvo en el caso de San Pedro de Atacama —cuya demanda internacional ya lo posiciona entre los destinos más visitados de Chile—, la demanda del corredor continúa siendo predominantemente nacional y para muchos destinos regional o provincial. Consolidar la oferta descrita en los apartados anteriores requiere avanzar en un proceso sostenido de internacionalización de empresas y destinos: fortalecer la inteligencia de mercados y su capacidad de prospectiva, la promoción internacional conjunta, la innovación empresarial, la incorporación de idiomas —particularmente ante mercados no hispanohablantes—, la transformación digital de las empresas turísticas y la mejora general de su competitividad para operar en cadenas de valor internacionales.

En ese sentido, el diagnóstico identifica dos oportunidades estratégicas concretas para el desarrollo turístico del corredor. La primera consiste en fortalecer los flujos turísticos entre las propias regiones que lo integran. Actualmente se observa una marcada asimetría en los intercambios turísticos entre Argentina y Chile, con una presencia significativamente mayor de turistas argentinos en Tarapacá y Antofagasta que de visitantes chilenos en Salta y Jujuy, asimetría que representa tanto un desequilibrio a corregir como un punto de partida concreto sobre el cual construir estrategias de promoción cruzada más permanentes, en lugar de acciones estacionales aisladas.

La segunda oportunidad radica en la consolidación de productos turísticos integrados capaces de competir en mercados nacionales e internacionales de mayor escala. El circuito Salta–Jujuy–San Pedro de Atacama–Salar de Uyuni constituye actualmente el itinerario más consolidado del corredor; sin embargo, su comercialización continúa realizándose principalmente desde Argentina, mientras San Pedro de Atacama se muestra muy vinculado al eje de Uyuni en Bolivia. El Corredor Bioceánico ofrece la posibilidad de ampliar esta lógica hacia una cartera más diversa de circuitos binacionales —trinacionales, sumando a Bolivia— orientados a mercados estratégicos como Brasil, Europa, Norteamérica, y Asia, aprovechando la complementariedad de los recursos turísticos presentes en los cuatro territorios. Sin embargo, identificar esos perfiles de demanda y países requerirá mayores esfuerzos en prospectiva e inteligencia de mercados.

Gobernanza más madura, integración empresarial incipiente

Uno de los principales hallazgos del trabajo de campo fue el elevado compromiso demostrado por los gobiernos subnacionales con el proyecto del Corredor Bioceánico. Este interés se manifestó no solo en el permanente acompañamiento brindado durante la consultoría —facilitando reuniones, acceso a información y espacios de diálogo— sino también en la convicción expresada por las autoridades respecto del potencial del corredor como una política de desarrollo territorial de largo plazo. En las cuatro jurisdicciones visitadas se observó una voluntad política clara de impulsarlo, entendiéndolo como una oportunidad para fortalecer la integración regional, diversificar las economías y ampliar las oportunidades de desarrollo, aunque distintas autoridades coincidieron en que este proceso aún requiere una

mayor apropiación social, fortaleciendo la difusión del proyecto entre la comunidad, el sector privado y otros actores territoriales.

Existe, en ese marco, una institucionalidad turística fuerte instalada en la mayoría de las regiones o provincias relevados, aunque persisten importantes desafíos para consolidar mecanismos permanentes de gobernanza y articulación público-privada.

En paralelo, se observó en las cuatro jurisdicciones una excelente predisposición del sector privado —empresarios, cámaras de turismo, agencias de viajes y operadores receptivos— para participar del proceso de integración regional, manifestando reiteradamente su interés por ampliar mercados, desarrollar circuitos binacionales, incorporar nuevos destinos a sus itinerarios y construir productos turísticos conjuntos. Sin embargo, estas iniciativas continúan dependiendo, en gran medida, de relaciones personales o acuerdos puntuales entre empresas. Si bien existen antecedentes de mayor articulación —particularmente en el eje Salta–Jujuy–San Pedro de Atacama–Salar de Uyuni—, todavía son escasos los espacios permanentes de encuentro que permitan consolidar vínculos comerciales, generar confianza, armonizar estándares de calidad y construir productos turísticos conjuntos de manera sistemática.

Surge así una observación central del recorrido: el proceso de integración parece encontrarse más avanzado en el plano institucional que en el empresarial. Mientras los gobiernos provinciales, regionales y municipales incorporan al Corredor Bioceánico dentro de sus agendas estratégicas, el sector privado continúa articulando principalmente a partir de iniciativas comerciales específicas y acotadas. Reducir esta brecha constituye, probablemente, uno de los principales desafíos para transformar el corredor en un verdadero producto turístico internacional.

Esta misma lógica de heterogeneidad institucional se repite, con otra escala, entre los propios municipios: la encuesta y el trabajo de campo confirman que no enfrentan desafíos homogéneos. Mientras las ciudades capitales concentran sus prioridades en la articulación regional y la diversificación de mercados, los municipios del interior requieren ante todo fortalecer capacidades institucionales, infraestructura básica y apoyo al desarrollo de emprendimientos turísticos. Esta heterogeneidad sugiere que las futuras estrategias de fortalecimiento del corredor deberían adaptarse a las características y necesidades de cada tipo de territorio, evitando enfoques uniformes para realidades locales claramente diferenciadas.

Conectividad y facilitación fronteriza como condición habilitante

El estudio identifica barreras estructurales que condicionan la integración turística del corredor. Entre ellas se destacan las limitaciones regulatorias para el transporte turístico internacional, las brechas de interoperabilidad en los pasos fronterizos, la necesidad de consolidar una conectividad aérea más estable y permanente y el fortalecimiento de la conectividad terrestre hacia los destinos del interior. La encuesta a empresarios confirma, en

este sentido, que la facilitación fronteriza constituye una condición indispensable para fortalecer la integración turística, en línea con los hallazgos obtenidos en los estudios de infraestructura del PM-CBC y en las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo.

Los recientes avances en materia de conectividad —como la reapertura integral del Paso de Sico— constituyen oportunidades concretas para profundizar este proceso, junto con las mejoras en las terminales aeroportuarias, la modernización de los pasos fronterizos existentes y la agilización de los procedimientos migratorios y aduaneros específicamente orientados a turistas, diferenciándolos de los procedimientos de carga. Considerando que gran parte de la traza del corredor atraviesa pasos cordilleranos superiores a los 4.000 metros de altitud, resulta además pertinente explorar, alternativas complementarias de conectividad aérea e incluso ferroviaria, en el largo plazo, que incrementen la resiliencia y accesibilidad del corredor frente a eventuales condiciones climáticas adversas.

A esto se suma la necesidad de atender las percepciones de inseguridad que surgen en los municipios y entre empresarios de zonas próximas a la frontera, vinculadas tanto a la protección de niñas, niños y adolescentes como a la seguridad del propio turista, y agravadas en los pasos andinos por las condiciones de altura extrema y condiciones climáticas. Al igual que la conectividad física, la seguridad turística constituye una condición habilitante básica para el desarrollo de la actividad en el corredor.

Desafíos en la convivencia con otras dinámicas productivas del corredor

El desarrollo turístico del corredor no ocurre de manera aislada: deberá avanzar de manera articulada con otros procesos económicos presentes en el territorio, particularmente la logística y el transporte internacional de cargas, la minería y otras actividades productivas. Esto exige incorporar la mirada del turismo en la planificación de la infraestructura y de los servicios, y fortalecer la planificación territorial y la gobernanza intersectorial, en la que los municipios también juegan un rol estratégico.

Las principales preocupaciones expresadas por los actores locales de San Pedro de Atacama (los más enfáticos), de Jujuy y de Salta durante el trabajo de campo se relacionan precisamente con esta convivencia: el incremento del tránsito de camiones sobre rutas de uso turístico, la gestión de residuos, la localización de áreas de descanso y postas para camiones, la protección de los recursos hídricos, los impactos sobre localidades turísticas, la seguridad vial y diversas preocupaciones sociales asociadas al aumento del tránsito internacional de cargas. En este sentido, surgió reiteradamente durante las reuniones la necesidad de diferenciar funcionalmente los espacios destinados al transporte de cargas de aquellos orientados al turismo, incorporando señalización específica, miradores, áreas de descanso para visitantes, tratamiento paisajístico de rutas escénicas y mecanismos de coordinación permanente entre los sectores turístico, vial, logístico y minero. Se trata, en definitiva, de promover una adecuada convivencia entre los distintos usos del corredor, atendiendo las demandas particulares de cada uno de ellos y buscando preservar las condiciones turísticas y el resguardo de sitios y ambientes de valor.

Sostenibilidad: de la definición estratégica a la gestión concreta

La sostenibilidad constituye uno de los principales desafíos transversales del corredor y requiere avanzar desde las definiciones estratégicas hacia acciones concretas de gestión. Ello supone incorporar instrumentos de planificación y monitoreo, como la medición de capacidades de carga, el seguimiento de indicadores ambientales y sociales y la gestión activa de visitantes, junto con una planificación territorial que reconozca la fragilidad de los ecosistemas del corredor —particularmente sensibles en entornos desérticos y de alta montaña, donde la disponibilidad de agua es un recurso crítico y escaso—. Asimismo, implica garantizar la participación efectiva, la información y la consulta previa a los pueblos indígenas que habitan el territorio, respetando sus derechos, sus instituciones representativas, sus tiempos y procesos de decisión**,** e incorporando sus conocimientos, valores y perspectivas en la planificación y gestión del desarrollo turístico. La protección de recursos estratégicos, especialmente el agua, la conservación de la biodiversidad, la incorporación de infraestructura que favorezca la conectividad ecológica —como los pasos de fauna— y la compatibilización del turismo con otras actividades productivas serán aspectos centrales para asegurar un desarrollo sostenible del corredor a largo plazo.

El corredor como plataforma de aprendizaje e intercambio institucional

Más allá de su potencial para incrementar los flujos turísticos, el recorrido de campo permitió constatar que el Corredor Bioceánico también representa una oportunidad significativa para favorecer el intercambio de conocimientos, experiencias y modelos de gestión entre los territorios que lo integran. Las cuatro jurisdicciones presentan diferentes grados de desarrollo turístico, trayectorias institucionales y capacidades de gestión: mientras algunos destinos han consolidado sistemas avanzados de planificación, promoción y gestión, otros comienzan recién a desarrollar sus primeros instrumentos de política turística o a fortalecer sus capacidades institucionales. Esta diversidad genera una oportunidad concreta para promover procesos de cooperación horizontal, en los que el intercambio de buenas prácticas permita acelerar el desarrollo de los territorios emergentes y, al mismo tiempo, enriquecer las experiencias de los destinos más consolidados.

Durante las reuniones fue posible identificar experiencias innovadoras que podrían transferirse entre regiones, tales como los modelos de gobernanza turística, los observatorios turísticos, las renovaciones de espacios urbanos, el diseño de museos y centros de interpretación, las estrategias de promoción y posicionamiento de marca, el desarrollo de productos de turismo indígena y comunitario, la planificación del turismo sostenible, la gestión de eventos internacionales, la gestión de áreas protegidas, los sistemas de certificación de calidad, las experiencias de articulación público-privada y los mecanismos de participación de las comunidades locales. También resultó especialmente alentador observar que numerosos procesos de desarrollo turístico comienzan a surgir desde las propias comunidades: comunidades rurales, pueblos originarios y organizaciones locales impulsan iniciativas de turismo, puesta en valor del patrimonio, gastronomía y experiencias culturales, consolidando modelos de desarrollo con fuerte identidad territorial.

La valoración del Corredor como herramienta de desarrollo no fue, sin embargo, unánime en su tonalidad. Antofagasta y particularmente San Pedro de Atacama es el único territorio del corredor donde se registraron respuestas explícitamente críticas o de rechazo hacia el proyecto, particularmente entre referentes de comunidades originarias; esta tonalidad crítica no tiene un equivalente comparable en volumen en Tarapacá, Salta ni Jujuy. Quienes expresaron estas posiciones lo hicieron, en general, desde la preocupación por asegurar que el desarrollo del corredor preserve el patrimonio natural y cultural sobre el cual se sustenta la propia actividad turística y el funcionamiento armónico de sus comunidades —una señal de alerta temprana que amerita una estrategia de gobernanza y apropiación social específicamente reforzada en ese territorio.

Tiene que ver también con la valoración que recibe el turismo como herramienta de desarrollo económico y social en todos los sectores consultados —públicos, privados, académicos y de organizaciones sociales—: incluso en territorios donde la minería constituye la actividad económica dominante, el turismo es concebido como una actividad estratégica capaz de agregar valor al territorio, generar empleo, diversificar las economías locales, fortalecer el arraigo de las comunidades y transformar recursos naturales y culturales en oportunidades de desarrollo.

A continuación, se expone una síntesis por eje diagnóstico:

Eje 1 | Posicionamiento Territorial

Los cuatro territorios comparten una posición geoestratégica de alta jerarquía: Salta y Jujuy articulan los ejes Pacífico y Norte del corredor argentino, mientras Antofagasta y Tarapacá concentran los principales nodos portuarios, aeroportuarios y de zona franca del lado chileno. El corredor conecta el océano Atlántico con el Pacífico a través de una sucesión de ambientes —desierto, altiplano, salares, quebradas patrimoniales y yungas— que ningún territorio podría sostener por sí solo.

Eje 2 | Oferta Turística

La oferta combina destinos consolidados de jerarquía internacional (San Pedro de Atacama, la Quebrada de Humahuaca, los Valles Calchaquíes, Iquique) con un interior de alto potencial diferencial todavía emergente (la Puna de Salta y Jujuy, el Tamarugal en Tarapacá, el litoral y el Alto Loa en Antofagasta). El desafío común no es la escasez de atractivos sino su puesta en valor, integración y comercialización.

Eje 3 | Infraestructura y Conectividad

El corredor cuenta con dos pasos binacionales operativos con Argentina (Jama y Sico, este último recientemente habilitado en su totalidad) y una arquitectura aeroportuaria en expansión, con la conexión directa Jujuy–Iquique —anunciada en el primer semestre de 2026, pero que a la fecha no ha comenzado a operar— como primer antecedente de conectividad aérea binacional. Persisten, no obstante, brechas de interoperabilidad fronteriza

documentadas en detalle y una conectividad terrestre de pasajeros hacia el interior de cada territorio todavía limitada.

Eje 4 | Demanda Turística

La demanda combina un fuerte componente nacional en los territorios argentinos con una demanda internacional que debería crecer en la mayoría de las jurisdicciones. El intercambio turístico entre las propias jurisdicciones del corredor es marcadamente asimétrico y menos desarrollado que su proyección hacia mercados externos.

Eje 5 | Comercialización y Posicionamiento

Cada territorio cuenta con una marca-destino propia y con trayectoria de posicionamiento (Salta, Jujuy, Antofagasta), pero el corredor carece de una marca conjunta pese a ser señalada, foro tras foro, como un tema pendiente. La articulación comercial binacional continúa siendo incipiente, y los cuatro territorios comparten la necesidad de modernizar su estrategia de marketing digital e inteligencia de mercado.

Eje 6 | Formalización, Calidad y Capital Humano

La informalidad laboral y las brechas de capital humano especializado —idiomas, atención al viajero internacional, comercialización digital— se identifican de manera compartida en las cuatro jurisdicciones, aunque con una oferta formativa de distinto grado de desarrollo: Salta cuenta con el ecosistema más completo del corredor (posgrado, grado y pregrado), mientras que Tarapacá y Antofagasta no disponen de oferta universitaria propia en gestión turística.

Eje 7 | Sostenibilidad

Los cuatro territorios enfrentan tensiones estructurales entre el desarrollo turístico y la fragilidad de sus ecosistemas —salares, humedales altoandinos, patrimonio arqueológico—, agravadas por el cambio climático y, en algunos casos por la competencia con la actividad minera por recursos hídricos e infraestructura. San Pedro de Atacama, primer destino del corredor en obtener una certificación internacional de sostenibilidad (Green Destinations), ofrece un modelo de gobernanza ambiental replicable, pero enfrenta graves desafíos, que se manifestaron contundentemente en las reuniones presenciales.

Eje 8 | Gobernanza e Institucionalidad

La institucionalidad turística del corredor evolucionó de instancias informales hacia foros, comités y puntos focales binacionales. Sin embargo, muchas de las decisiones que condicionan la integración turística —normativa migratoria, régimen de transporte— exceden la competencia de los actores subnacionales que hoy conducen el proceso.

En este eje se advierte también la necesidad de seguir fortaleciendo los organismos públicos de turismo, en especial en la escala municipal.

Tabla 1. Síntesis comparada de los cuatro territorios del CBC

INDICADOR	JUJUY	SALTA	ANTOFAGASTA	TARAPACÁ
Superficie total	53.219 km²	155.488 km²	126.049 km²	42.226 km²
Capital / ciudad principal	San Salvador de Jujuy	Ciudad de Salta	Antofagasta	Iquique
Divisiones administrativas	16 departamentos; 60 municipios	23 departamentos; 60 municipios	3 provincias; 9 comunas	2 provincias; 7 comunas
Población total	811.611 hab. (Censo 2022)	1.441.351 hab. (Censo 2022)	635.416 hab. (Censo 2024)	369.000 hab. (Censo 2024)
Principales núcleos urbanos	San Salvador de Jujuy, El Carmen, San Pedro, Palpalá, Ledesma	Ciudad de Salta, Tartagal, Orán, Metán	Antofagasta, Calama, Tocopilla, San Pedro de Atacama	Iquique, Alto Hospicio, Pica
Actividades económicas principales	Minería (litio, plata, zinc), agroindustria, turismo, energías renovables	Minería (litio, oro), agro, turismo, industria	Minería (cobre y litio), logística y comercio exterior, pesca, turismo	Minería, logística y Zona Franca de Iquique (ZOFRI), pesca y turismo
Turistas / llegadas anuales	(2025) 1.400.000 visitantes anuales 4.035.717 de pernoctaciones	(2025) 2.209.410 (MTD Salta RHD); 3.096.132 (TELECOM Big Data)	(2025): Llegadas a Alojamientos: 744.841 Pernoctaciones en Alojamientos: 1.633.221 (+ 4,36% 2024) Llegadas de Turistas Extranjeros: 201.000 (+13,57% 2024)	(2025) Llegadas a Alojamientos: 333.559 Pernoctaciones en Alojamientos: 798.141 Llegadas internacionales: 382.734 (+34,12% 2024) 1.055.900 viajes de turismo interno;
Estadía media (noches)	2,89 (verano 2025)	3,9 (2025)	2,2 (2025)	2,4 (2025)
Tasa de ocupación hotelera	54% (2025)	45,1% promedio anual (2025)	50% de Ocupación Hotelera en 2025	40% de Ocupación Hotelera en 2025
Plazas de alojamiento	12.137 plazas / 417 establecimientos (2023)	22.178 plazas / 721 establecimientos (2025)	13.002 plazas / 6.492 unidades (dic. 2025)	
Demanda Nacional	Nacional (81%): Buenos Aires, Cba, Santa Fé, Salta y Tucumán.	Nacionales (Buenos Aires, Tucumán, Salta, Córdoba);	Nacionales (70%)	Turistas Nacionales Tarapacá misma (30% en 2024), Antofagasta (26%), Región Metropolitana (18%) y Arica y Parinacota (11%).

INDICADOR	JUJUY	SALTA	ANTOFAGASTA	TARAPACÁ
Demanda internacional	Internacional (19%): Brasil, Francia, Chile y Uruguay	Internacionales (12% del total (2025 - 262.000 est.) (Brasil, Uruguay, Francia, Alemania, Chile, Bolivia, Paraguay	Internacionales (28%) América del Sur (72%): Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia y Perú Europa (16%): Francia, Alemania, Reino Unido; España e Italia. Asia (6%)	Bolivia (98% del total de llegadas). Argentina (0,4%), Brasil y Paraguay
Empleo en turismo	28.000 puestos directos (2025)	51.432 puestos de trabajo directos e indirectos (Estimado 2024)	24.270 personas; 7,0% del empleo regional (ACT-ENE 2024)	14.610 personas; 7,6% del empleo regional (ACT 2024)
Paso(s) fronterizo(s) principal(es) del CBC	Paso de Jama (RN 52)	Paso de Sico (RN 51); Salvador Mazza–Pocitos (RN 34)	Paso de Jama (Ruta 27-CH) y Paso de Sico (Ruta 23-CH)	Colchane–Pisiga (Ruta 15-CH)

Nota: cifras según las fuentes citadas en cada Diagnóstico (Anexo I). Las métricas de demanda no son estrictamente comparables entre países: Argentina reporta estimaciones de turistas (registros administrativos y big data), mientras que Chile reporta llegadas a establecimientos de alojamiento turístico (EMAT/SIET). s/d: sin dato disponible en las fuentes relevadas.

Hacia el modelo deseado

El diagnóstico muestra que el **Corredor Bioceánico de Capricornio** posee un potencial que excede su función logística como eje de conexión entre el Atlántico y el Pacífico. Su principal oportunidad radica en consolidarse como un espacio de integración turística regional, capaz de articular destinos complementarios, fortalecer los flujos turísticos entre los cuatro territorios, atraer nuevos mercados nacionales e internacionales y generar desarrollo económico sostenible para las comunidades locales.

En este marco, el Plan propone como horizonte un **modelo de desarrollo turístico integrado, competitivo y sostenible**, basado en la cooperación entre los actores públicos, privados, académicos y comunitarios, el fortalecimiento de la conectividad y la movilidad, la creación de experiencias multidestino, la valorización del patrimonio natural y cultural, la innovación y la inteligencia turística. El corredor se concibe como un territorio abierto, accesible y participativo, donde el viaje constituye una experiencia en sí misma y donde el turismo contribuye simultáneamente a la conservación de la identidad, la distribución territorial de oportunidades y la mejora de la calidad de vida de las comunidades.

A partir de esta visión, se identifican cinco grandes desafíos estratégicos: **(i)** consolidar una gobernanza integrada y una mayor cooperación entre los territorios; **(ii)** transformar la conectividad y la infraestructura en ventajas competitivas para el turismo; **(iii)** promover un desarrollo territorial equilibrado e inclusivo; **(iv)** posicionar al corredor mediante una

propuesta de valor auténtica, innovadora y de alto valor agregado; y **(v)** garantizar un desarrollo sostenible, resiliente y centrado en las personas.

Estos desafíos se sustentan en los principales hallazgos y brechas identificadas durante el diagnóstico, que constituyen la base para la definición de los objetivos estratégicos y los vectores de transformación que orientan el Plan de Acción desarrollado en los capítulos 7 a 10.

Objetivo y alcance del Plan de Acción

El Plan de Acción constituye la derivación operativa del Diagnóstico Estratégico de la cadena de valor del turismo del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC). El Diagnóstico caracterizó el territorio, identificó hallazgos y brechas y construyó una lectura estratégica compartida entre las provincias de Salta y Jujuy (Argentina) y las regiones de Antofagasta y Tarapacá (Chile). Sobre esa base, el Plan de Acción propone qué hacer con esa lectura: una Cartera de proyectos de inversión, una propuesta de circuitos y rutas de experiencias temáticas de alcance binacional, y una Hoja de Ruta con su modelo de gobernanza y sus estrategias de puesta en marcha.

Cómo se construyó la Cartera

La formulación de los proyectos no partió de una convocatoria abierta de ideas sino del propio material del Diagnóstico. El punto de partida fueron los vectores de transformación estratégica que allí se habían identificado de manera preliminar para cada brecha, en las tres escalas de análisis utilizadas: el corredor en su conjunto, la lectura diferencial por jurisdicción y las zonas transversales de atención prioritaria. Esos vectores se sistematizaron en un listado único y se analizaron por recurrencia, identificando aquellos comunes a más de un territorio o reiterados en más de un eje diagnóstico. Los vectores con mayor frecuencia y mayor capacidad de arrastre sobre otras brechas se conceptualizaron entonces como proyectos de inversión, y los restantes se incorporaron como componentes dentro de ellos. Este procedimiento explica dos rasgos de la Cartera: su trazabilidad —cada proyecto puede remitirse a los hallazgos y brechas que le dan origen— y su carácter concentrado, ya que un número acotado de proyectos absorbe una cantidad considerablemente mayor de vectores.

La misma lógica se aplicó a las cuatro Zonas Transversales de Atención Prioritaria que el Diagnóstico había delimitado por fuera de los límites jurisdiccionales. El borde costero de Tarapacá y Antofagasta (Z1) se atiende mediante los proyectos de infraestructura turística del borde costero y de la Costa del Desierto de Atacama, y se expresa en el circuito de acceso a puertos. El corredor de la RN 34, con la selva de montaña salteña y las yungas jujeñas (Z2), se aborda con los proyectos de la Región Selva de Montaña y del Corredor Verde y Yungas Jujeñas, y con cuatro circuitos de la sección de conurbación NOA Norte. La Puna de Salta y Jujuy (Z3), que constituye de hecho una misma región funcional gestionada hoy de manera separada, se trabaja mediante los proyectos de Puna Salteña y de la Ruta de los Cielos Jujeños y los dos circuitos de integración transpuneña. La Pampa del Tamarugal y el desierto de

Antofagasta (Z4), la zona de menor desarrollo turístico propio y la más asociada exclusivamente al tránsito de cargas, se aborda con el proyecto de Oasis y Pampa del Tamarugal y su incorporación a los circuitos de los pasos andinos.

La cartera reúne treinta y tres proyectos, con una valorización total de referencia de USD 35,04 millones, organizados según la competencia institucional requerida para decidir e implementar. El Nivel I agrupa cuatro iniciativas de competencia nacional, vinculadas a la señalización vial, las rutas escénicas, la conectividad aérea y terrestre y el régimen normativo del transporte turístico internacional. Sin embargo, hay algunos componentes dentro de estos proyectos que pueden ser liderados por el nivel subnacional.

El Nivel II comprende doce proyectos de competencia subnacional y alcance común a los cuatro territorios —gobernanza, marca y promoción, inteligencia turística, desarrollo de producto, sostenibilidad y transformación digital—. El Nivel III reúne diecisiete proyectos específicos de cada jurisdicción.

Esta arquitectura expresa un rasgo que el Diagnóstico ya había advertido y que conviene subrayar: la gran mayoría de la cartera es de competencia subnacional. El corredor puede avanzar sustantivamente con las decisiones que están al alcance de los propios gobiernos provinciales y regionales.

La misma arquitectura permite leer la Cartera contra los cinco grandes desafíos estratégicos que el Diagnóstico definió como horizonte del corredor. La **consolidación de una gobernanza integrada y una mayor cooperación entre los territorios** se instrumenta en los proyectos de fortalecimiento de la Mesa de Turismo y de la Mesa de Cámaras y Gremios. La **transformación de la conectividad y la infraestructura en ventajas competitivas para el turismo** se traduce en los proyectos de señalética, rutas escénicas, conectividad aérea y régimen de transporte turístico internacional, que responden a las brechas de interoperabilidad fronteriza y a la necesidad de diferenciar funcionalmente los espacios turísticos de los destinados al transporte de cargas y a la minería. El **desarrollo territorial equilibrado e inclusivo** se atiende con los proyectos de fortalecimiento de destinos emergentes, de gestión municipal y de turismo rural, comunitario e indígena. El **posicionamiento del corredor mediante una propuesta de valor auténtica, innovadora y de alto valor agregado** se desarrolla a través de los proyectos de marca, comercialización binacional, transformación digital de operadores y diversificación de producto. Y la **garantía de un desarrollo sostenible, resiliente y centrado en las personas** se instrumenta en el programa de indicadores y criterios de sostenibilidad turística, que responde a la tensión estructural entre desarrollo turístico y fragilidad de los ecosistemas del corredor.

Del primer desafío se desprenden, en rigor, los dos proyectos relevantes que constituyen una condición habilitante para el resto: la constitución de la Mesa de Turismo como mesa técnica que pueda gestionar los proyectos comunes, y la conformación de la Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos como su contraparte privada, hoy inexistente pese a que cada territorio

cuenta con cámaras y asociaciones consolidadas. Sin ambas operando con poder de decisión efectivo, el resto de los proyectos corre el riesgo de no sostenerse en el tiempo.

Una cartera que agrega valor sobre una base habilitante

La cartera se abocó deliberadamente a iniciativas de naturaleza turística, para no superponerse con las restantes dimensiones del PM-CBC. Esto implica reconocer que no es autosuficiente: **sólo podrá sostenerse en la medida en que avancen en paralelo el Plan de Infraestructura Física y Digital y el componente de Facilitación del Comercio y Procesos Transfronterizos**. Su secuencia de implementación debería leerse, por lo tanto, en conjunto con la secuenciación de los proyectos viales, fronterizos y digitales del corredor.

Los montos consignados constituyen valores de referencia, no presupuestos formulados. Cuando un proyecto coincide con una iniciativa ya presupuestada en un instrumento oficial vigente, se adoptó esa cifra sin alteración; en los restantes casos, la valorización se construyó sobre una tabla de módulos armonizados para el conjunto de la cartera, recalibrados contra el costo real de proyectos comparables y redondeados a múltiplos de diez mil dólares.

Cabe señalar, que se desarrolló una instancia de revisión conjunta con el consultor responsable de los tramos de Paraguay y Brasil del Corredor Bioceánico, el Prof. Dr. Erick Pusch Wilke. De esta revisión se identificaron que trece de los dieciséis proyectos comunes del tramo argentino-chileno **presentan iniciativas convergentes o complementarias en el otro tramo**, en particular en gobernanza, inteligencia turística, señalización, marca, desarrollo de productos, transformación digital y comercialización. Esta coincidencia pone de manifiesto la **existencia de oportunidades para avanzar hacia estrategias de alcance regional**, que trasciendan las intervenciones individuales y permitan abordar desafíos comunes desde una perspectiva integral. Constituye, además, una base valiosa para promover mayores niveles de coordinación entre los territorios, generar sinergias, optimizar recursos y desarrollar iniciativas articuladas que contribuyan a consolidar una visión turística compartida para el conjunto del Corredor Bioceánico de Capricornio.

Del atractivo al producto: circuitos y rutas de experiencias temáticas

El Informe propone un modelo de estructuración de la oferta que no crea trazados nuevos, sino que organiza y conecta comercialmente los que ya existen. El modelo combina un eje troncal —la columna vertebral de conectividad del corredor, anclada en la tramificación funcional que definió el Estudio de Infraestructura del PM-CBC— con eslabones: los circuitos y subcircuitos ya validados en el mercado, que se enganchan a esa columna en nodos específicos. Cada eslabón propone un desvío respecto del eje principal, sustentado en atributos y atractivos turísticos concretos, de modo que el tránsito por el corredor deje de ser un mero desplazamiento y se convierta en **una secuencia de experiencias**. Es también el mecanismo previsto para diversificar paulatinamente los flujos, distribuyéndolos hacia áreas hoy poco visitadas y aliviando la presión sobre los destinos más concentrados. Para que ese

desvío efectivamente ocurra, el sistema de señalización turística del corredor resulta determinante.

El ejercicio tiene, además, un valor que excede la propuesta en sí. Constituye un primer relevamiento sistemático de los circuitos hoy operativos en cada territorio y de su posibilidad de vinculación con el CBC, realizado con un criterio común para las cuatro jurisdicciones. Sobre esa base, que deberá ser validada por los equipos técnicos de cada jurisdicción, los operadores y las agencias de viajes cuentan por primera vez con un inventario compartido a partir del cual construir sus propias propuestas comerciales, que es precisamente el tipo de articulación empresarial que el Diagnóstico identificó como la brecha más rezagada del proceso de integración.

A partir de ese relevamiento, se sistematizaron veintisiete circuitos y rutas en fichas de formato homogéneo. Veintiuno corresponden a la lógica geográfica del eje troncal y sus eslabones, distribuidos en las tres secciones del corredor que integran el área de estudio.

Los **seis restantes son rutas de experiencias temáticas de alcance binacional**. El Informe las entiende en el sentido que ONU Turismo da a los productos de interés especial: una combinación de elementos materiales e inmateriales articulada en torno a una motivación de viaje específica y no en torno a una secuencia espacial. Su valor para el corredor es doble. Por un lado, permiten reunir bajo una misma propuesta de valor experiencias de diferentes destinos, favoreciendo así la distribución territorial de los beneficios de la actividad. Por otro, le ofrecen a cada territorio un hilo narrativo compartido con los otros tres allí donde la sola contigüidad geográfica no alcanza para sostener un circuito.

Los seis ejes resultan de inventariar los productos y experiencias que cada territorio efectivamente presenta y comercializa, identificar entre ellos los que se repiten en más de una jurisdicción y retener aquellos que, además de ser comunes, muestran señales de interés en los mercados regionales o de larga distancia. De ese cruce surgieron los cielos andinos, el patrimonio del salitre y la historia de los arrieros, el patrimonio arqueológico prehispánico andino, los vinos de altura y los sabores andinos y costeros, las ciudades capitales del corredor y los parques y áreas naturales que se van enlazando a lo largo del corredor y que permiten un turismo de naturaleza y aventura. Ambas lecturas —la geográfica del eje troncal y sus eslabones, y la temática de las rutas— son complementarias y no compiten entre sí.

Una gobernanza que activa lo existente en lugar de crear estructuras nuevas

El corredor no carece de arquitectura institucional. Cuenta con un Foro de los Territorios Subnacionales con Presidencia Pro Tempore rotativa, Comisiones de Trabajo temáticas, Preforos, Cumbre de Gobernadores y Rueda de Negocios, además de un Grupo de Trabajo de las Cancillerías en el nivel nacional y un Comité de Integración NOA–Norte Grande de mayor antigüedad. Esta arquitectura ha demostrado capacidad de convocatoria y continuidad, y es sobre ella que se apoya la propuesta. Lo que cambia ahora es la escala de la tarea: la implementación de la cartera que propone el presente trabajo y la construcción de productos

binacionales con el sector privado constituyen una agenda de trabajo sostenido entre foros, de naturaleza distinta a la que esta institucionalidad ha tenido hasta aquí. Los desafíos que plantea una integración turística efectiva requieren, en consecuencia, fortalecer esa estructura dotándola de **mayor capacidad técnica.**

Sobre ese diagnóstico se plantea una **Mesa Técnica de Gestión de la Agenda Turística**, concebida no como una instancia paralela sino como el mecanismo operativo de la propia Mesa de Turismo, con referentes técnicos designados por cada territorio, un tablero de compromisos que registre responsables y plazos y un compromiso de al menos veinticuatro meses para asegurar la continuidad en los procesos. Se completa con tres instancias de articulación: la Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos como contraparte privada, un Consejo Asesor Comunitario de carácter consultivo y una Mesa de Articulación Territorial con los sectores minero y logístico, que atiende las preocupaciones de convivencia que el trabajo de campo registró de manera reiterada.

Alcance y carácter de la propuesta

Esta cartera no es exhaustiva. Su valor es orientativo: busca señalar próximos pasos capaces de reducir las brechas identificadas, capitalizar las palancas que el Diagnóstico reconoce y visibilizar iniciativas de escala subnacional que hasta ahora no habían sido formuladas en clave de integración. La propuesta es que se constituya como una agenda de trabajo con cada jurisdicción, y no como un listado cerrado de inversiones.

En ese sentido, el presente Informe no cierra un proceso sino que lo inicia. La validación territorial de las fichas, la priorización conjunta de los proyectos y la definición de las ventanas presupuestarias de cada jurisdicción son las tareas que siguen, y son las que determinarán si el corredor avanza desde la planificación hacia la acción.

1. Introducción y Contexto

El Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) constituye una de las iniciativas de integración territorial más relevantes de América del Sur. Su desarrollo busca fortalecer la articulación entre el norte de Argentina, el norte de Chile, el oeste de Paraguay y Brasil mediante la mejora de la infraestructura, la conectividad, la facilitación del comercio y el desarrollo productivo regional. En este contexto, el turismo representa una de las cadenas de valor con mayor potencial para generar crecimiento económico, diversificar las economías locales, promover la integración transfronteriza y contribuir al desarrollo sostenible de los territorios que conforman el corredor.

En el marco del Plan Maestro Regional de Integración y Desarrollo del Corredor Bioceánico de Capricornio, impulsado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el presente Informe Final integra el Diagnóstico Estratégico de la cadena de valor del turismo y el Plan de Acción que se deriva de él. El Diagnóstico tiene por finalidad generar una comprensión integral del funcionamiento de la cadena de valor del turismo en las provincias de Salta y Jujuy (Argentina) y en las regiones de Antofagasta y Tarapacá (Chile) y su grado de integración. El estudio buscó identificar las principales fortalezas, oportunidades, brechas y desafíos que condicionan la competitividad turística de estos territorios, así como reconocer aquellas capacidades y activos que pueden constituirse en la base para una estrategia regional de integración turística. Sobre esa base, el Plan de Acción propone una cartera de proyectos de inversión, una propuesta de circuitos y rutas de experiencias temáticas de alcance binacional y una Hoja de Ruta con su modelo de gobernanza y sus estrategias de puesta en marcha.

A diferencia de un diagnóstico centrado exclusivamente en la oferta turística, este trabajo adopta una visión sistémica de la cadena de valor, incorporando el análisis de los recursos y atractivos, los productos turísticos, la infraestructura y los servicios de soporte, la demanda, los canales de comercialización, la gobernanza, el capital humano, la sostenibilidad y la articulación institucional. Asimismo, considera las condiciones necesarias para el desarrollo de productos y circuitos turísticos de carácter transfronterizo, en coherencia con los objetivos del Plan Maestro Regional.

El diagnóstico combina información estadística, revisión documental, análisis de instrumentos de planificación, relevamiento de la oferta turística, entrevistas a actores públicos y privados, encuestas y trabajo de campo realizado en los cuatro territorios. Esta metodología permitió contrastar la evidencia cuantitativa con el conocimiento de los actores locales, generando una visión actualizada y territorialmente representativa sobre la situación del turismo en el área de estudio.

El documento se estructura en once capítulos. Luego de esta introducción, se presenta la metodología utilizada para el desarrollo del estudio; posteriormente se desarrolla el análisis del contexto turístico internacional, nacional y territorial; se exponen los resúmenes de los diagnósticos específicos para cada provincia y región, cuyos desarrollos se adjuntan como Anexo I; se realiza una síntesis comparativa y un análisis de brechas mediante matrices FODA

que sirven de base para plantear un modelo de corredor turístico deseado junto a cinco desafíos estratégicos. A continuación, los capítulos 7 a 10 desarrollan el Plan de Acción: el paso de los hallazgos a las propuestas (capítulo 7), el plan de inversión (capítulo 8), la propuesta de circuitos integrados (capítulo 9) y la Hoja de Ruta (capítulo 10). El capítulo 11 reúne las reflexiones finales del conjunto. Completan el documento las referencias bibliográficas y un volumen de Anexos que reúne los diagnósticos territoriales, los hallazgos y brechas por territorio, las fichas de los proyectos de inversión, las fichas de los circuitos y rutas de experiencias temáticas, y el listado de entrevistas y consultas realizadas.

2. Síntesis Metodológica

El presente estudio se elaboró mediante un enfoque metodológico mixto, que combinó el relevamiento y análisis de fuentes secundarias con un proceso participativo de consulta a actor público y privado de los cuatro territorios, complementado con trabajo de campo y observación directa. Esta estrategia permitió contrastar la información documental disponible con la experiencia, las percepciones y el conocimiento especializado de los actores vinculados al desarrollo turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC), contribuyendo a la construcción de un diagnóstico actualizado, fundamentado y representativo de la diversidad territorial e institucional de las provincias de Salta y Jujuy, en Argentina, y de las regiones de Antofagasta y Tarapacá, en Chile.

El equipo consultor expresa un especial agradecimiento a los puntos focales y referentes institucionales de los cuatro territorios, cuya colaboración fue indispensable para la coordinación del trabajo de campo, la articulación con las instituciones participantes y la organización de las reuniones y entrevistas realizadas durante el proceso de diagnóstico.

En la provincia de Jujuy, se agradece especialmente a Alejandro Marenco, Secretario Ejecutivo de la Agencia Provincial del Corredor Bioceánico de Capricornio del Gobierno de Jujuy, y a Gustavo Arévalos, Responsable Técnico de la Coordinación y Seguimiento de la Consultoría y Punto Focal BID-Jujuy. En la provincia de Salta, se reconoce la valiosa colaboración del Dr. Julio San Millán, Representante de Relaciones Internacionales de la Provincia de Salta; de Julia López, Responsable de Cooperación Internacional de la Representación de Relaciones Internacionales de Salta; y de Mercedes Ortiz de Rosas, Directora General de Grandes Eventos del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta y Punto Focal del Ministerio para el Corredor Bioceánico de Capricornio.

En la Región de Tarapacá, se agradece a Carolina Quintero, Directora de la División de Fomento e Industria (DIFOI) del Gobierno Regional de Tarapacá, y a Juan Ismael Guzmán Burgos, Jefe del Departamento de Desarrollo Económico Local de la División de Fomento e Industria (DIFOI) del Gobierno Regional de Tarapacá. Asimismo, en la Región de Antofagasta, se reconoce el apoyo de Nora Biaggini Suárez, de la Unidad Regional de Asuntos Internacionales (URAI) del Gobierno Regional de Antofagasta, y de Claudio Jerez Herrera, Director Regional Subrogante de SERNATUR Antofagasta.

Asimismo el agradecimiento para todas las autoridades provinciales, regionales y municipales de turismo de Jujuy, Salta, Antofagasta y Tarapacá y sus equipos técnicos, así como los presidentes y referentes de asociaciones gremios e instituciones vinculadas al turismo.

Su permanente disposición, compromiso y capacidad de articulación interinstitucional fueron determinantes para facilitar el acceso a la información, promover la participación de los actores territoriales y contribuir al desarrollo de un diagnóstico participativo y representativo de las realidades del Corredor Bioceánico de Capricornio.

También a los responsables de las más de 90 empresas y emprendimientos que respondieron la encuesta orientada al sector privado.

2.1. Fuentes de Información y Relevamiento Documental

El relevamiento documental combinó fuentes de escala nacional y regional con instrumentos de planificación específicos de cada territorio. En el primer grupo se utilizaron los estudios técnicos elaborados en el marco del propio Plan Maestro del CBC: el Estudio de Infraestructura Física y Digital del Corredor Bioceánico de Capricornio (SLOTT Consulting – SPIM, marzo 2026) y el Informe Final de Facilitación del Comercio y Procesos Transfronterizos (Procomex/BID, 2026), que aportaron la caracterización socioeconómica, la segmentación funcional del corredor en seis secciones y los antecedentes de conectividad, tránsito fronterizo y facilitación comercial.

En el segundo grupo se incorporaron los instrumentos de planificación turística vigentes en cada jurisdicción: el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2035 (PETS), el Plan LIDERAR de Salta, el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible (PLADETUR) de San Pedro de Atacama 2020–2025 y la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034, junto con los respectivos anuarios y dashboards estadísticos oficiales (SERNATUR, DiPEC Jujuy, INDEC, ANAC, JAC Chile, ENE/INE, SII, Censo 2024 y CASEN 2024). A estos estudios se sumaron otros estudios sectoriales como cultura, infraestructura, desarrollo económico, etc.

Se complementó este acervo con informes de tendencias y mercado de organismos internacionales y plataformas del sector (ONU Turismo, WTTC, Amadeus, Booking.com, ATTA y TripAdvisor Trendcast), así como con un relevamiento de la oferta comercial digital disponible en diferentes plataformas, OTA, agencias de viajes locales y mayoristas nacionales y de sitios institucionales de promoción turística (antofagasta.travel, jujuy.gob.ar, turismo.jujuy.gob.ar, CORFO y GORE Antofagasta). El detalle completo de las fuentes documentales consultadas se presenta en las Referencias bibliográficas, al final del presente documento.

2.2. Proceso Participativo

El proceso participativo se estructuró en dos componentes complementarios. El primero consistió en un ciclo de reuniones y entrevistas individuales y grupales con actores públicos y privados de los cuatro territorios, desarrolladas entre mayo y julio de 2026 en modalidad presencial y virtual que tuvo un alcance de 120 personas. Este ciclo incluyó autoridades provinciales, regionales y municipales; organismos técnicos y de fomento (Ministerios y Secretarías de Turismo, GORE, DIFOI, CORFO, SERNATUR, ProChile, INDAP); cámaras y asociaciones gremiales del sector (Cámaras de Turismo, Cámaras Hoteleras y Gastronómicas, asociaciones de agencias de viajes y de guías); operadores turísticos y prestadores privados; universidades; y representantes de comunidades y pueblos originarios (este último grupo, muy numeroso participó de la reunión en San Pedro de Atacama). El listado completo de

participantes, con fecha, modalidad, cargo e institución representada, se presenta en el Anexo V.

El segundo componente consistió en una consulta estructurada mediante encuestas dirigidas a dos universos distintos: (i) una encuesta a gobiernos locales del corredor, respondida por 16 municipios de las cuatro jurisdicciones, orientada a relevar la institucionalidad turística municipal, la oferta y demanda local, y la percepción sobre el CBC; y (ii) una encuesta al sector privado turístico, administrada en línea entre el 1 de junio y el 5 de julio de 2026, que recogió 92 respuestas válidas de emprendedores y empresas de los cuatro territorios. Los resultados de ambas encuestas se desarrollan en las secciones 5.2.2 (sector privado) y 5.2.3 (municipios).

Para el relevamiento primario se utilizaron, de manera complementaria, un relevamiento propio de la oferta comercial digital sobre plataformas oficiales de turismo, consolidadores internacionales y operadores privados con venta directa, para caracterizar la oferta de excursiones y circuitos comercializados.

2.3. Trabajo de Campo

El trabajo de campo comprendió visitas presenciales a los cuatro territorios del corredor, con el propósito de complementar el análisis documental mediante observación directa de la infraestructura turística, los prestadores de servicios y la dinámica de los destinos. Se realizaron visitas presenciales a la provincia de Jujuy (8 de junio), a la ciudad de Antofagasta (22 de junio, con reuniones institucionales y sectoriales), a Iquique (18 de junio, con jornadas de trabajo diferenciadas para actores gremiales/privados y para municipios y organismos regionales) y a San Pedro de Atacama (23 de junio de 2026), esta última con una amplia participación de comunidades atacameñas.

Durante estas visitas también se relevaron condiciones de conectividad vial y aérea, estado de la señalética turística, oferta de alojamiento y gastronomía y la visita de algunos atractivos como el nuevo Centro Cultural Lola Mora en la Ciudad de San Salvador de Jujuy, el casco histórico de la Ciudad de Iquique y sus Museos, las Ex Salitreras Humberstone y Santa Laura, el pueblo y la Iglesia de la Tirana, en Iquique y sus alrededores. En Antofagasta se visitó el centro de la Ciudad, el Muelle Histórico y el Pueblo de San Pedro de Atacama. El detalle de instituciones y personas consultadas durante estas visitas se integra en el Anexo V, junto con el resto de las reuniones realizadas.

2.4. Uso de la IA

Durante el desarrollo de la presente consultoría se utilizó inteligencia artificial (Claude, de Anthropic y CHAT GPT) como herramienta de asistencia técnica, bajo la dirección, supervisión y validación permanente de la consultora responsable. Su empleo se concentró en tareas de sistematización y edición documental: la extracción y organización de datos provenientes de las fuentes oficiales y técnicas relevadas; la consolidación de los diagnósticos territoriales y del Diagnóstico Estratégico conforme a las pautas de extensión y estructura acordadas; la

verificación de consistencia terminológica, de numeración de tablas y figuras, y de alineación entre matrices FODA, hallazgos, brechas y vectores de transformación a través de los distintos entregables; la homogeneización del formato de tablas y documentos; la construcción de cuadros comparativos a partir de datos documentados asi como de los documentos de diagnósticos territoriales elaborados; y la normalización del listado de referencias bibliográficas según normas APA (7.ª edición). En todos los casos, la herramienta operó bajo un criterio de estricta fidelidad a las fuentes —sin generar contenido carente de respaldo documental—, las incorporaciones nuevas fueron marcadas para revisión, y todas las decisiones de contenido, interpretación analítica y validación final correspondieron exclusivamente a la consultora.

3. El contexto: el turismo en Argentina y Chile

A continuación se presenta un panorama del turismo a escala mundial y también nacional en ambos países, con base en las guías de inversión elaboradas por ONU Turismo, los anuarios estadísticos oficiales y los datos más recientes publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos de Argentina (INDEC) y el Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR).

3.1. El turismo a nivel mundial, con foco en América Latina

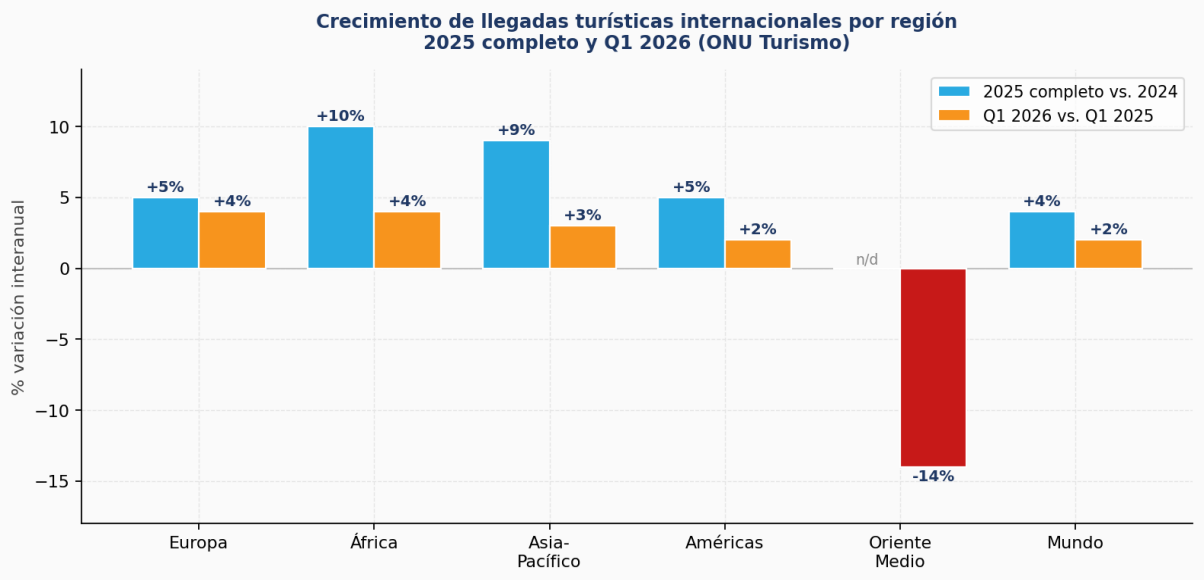
3.1.1. El turismo internacional en 2025–2026

Según datos aportados por la ONU Turismo, el turismo internacional cerró 2025 con 1.520 millones de llegadas internacionales, un crecimiento del 4% respecto de 2024 que suma casi 60 millones de viajeros adicionales a escala global. Esta cifra es especialmente significativa porque marca el retorno al ritmo de crecimiento histórico pre pandemia: entre 2009 y 2019, el sector crecía en promedio un 5% anual. Tras los años de recuperación acelerada (+34% en 2023, +11% en 2024), el turismo mundial entra en una fase de normalización sostenida.

Los ingresos por exportaciones turísticas crecieron un 14% en términos reales sobre 2019, alcanzando los USD 2 billones. El PIB turístico directo global se mantiene en USD 3,4 billones. Los datos de gasto de los grandes mercados emisores confirman la solidez de la demanda: Estados Unidos (+8%), España (+16%), República de Corea (+10%) y Francia (+4%) son los más dinámicos en gasto turístico internacional.

Por regiones, Europa volvió a liderar con 793 millones de llegadas (+4% sobre 2024, +6% sobre 2019). África registró el mayor salto relativo, con +10% en llegadas hasta septiembre (norte y subsahariana, ambas con crecimientos de dos dígitos). Asia-Pacífico continuó su recuperación moderada, aún por debajo de los niveles pre pandemia. Las Américas, por su parte, completaron su recuperación post pandemia con +2% sobre 2024, consolidando el regreso a niveles de 2019.

Figura 1. Crecimiento de llegadas internacionales por región: 2025 (año completo) y Q1 2026 vs. Período equivalente anterior.



Fuente: ONU Turismo (noviembre 2025 / junio 2026)

Datos más recientes aportan que el primer trimestre de 2026 arrojó 307 millones de llegadas internacionales, un incremento del 2% sobre el mismo período de 2025. El inicio del año mostró un dinamismo positivo: enero y febrero acumularon un crecimiento del 2,5%, con un febrero especialmente fuerte (+9%). Sin embargo, el conflicto en Oriente Medio impactó el desempeño de marzo, que apenas creció un 0,4% interanual. ONU Turismo estima que, dependiendo de su duración y alcance, el conflicto podría reducir el crecimiento previsto para 2026 (inicialmente entre el 3% y el 4%) en uno o dos puntos porcentuales.

Las tres principales preocupaciones identificadas por el Panel de Expertos de ONU Turismo para 2026 son el conflicto de Oriente Medio (señalado por el 64% de los expertos como factor negativo para la demanda), los altos costos de transporte y alojamiento, y otros factores económicos adversos. Pese a ello, el sector muestra resiliencia: el crecimiento positivo se mantiene y la demanda subyacente de viajes internacionales sigue siendo sólida.

América Latina: la subregión más dinámica de las Américas[1]

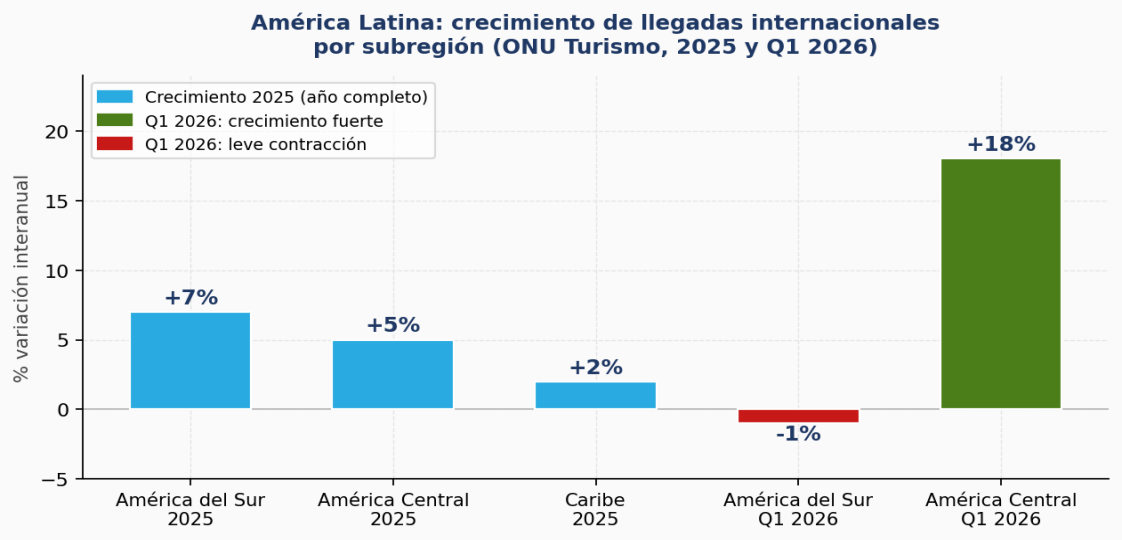
Dentro de las Américas, América Latina mostró en 2025 un desempeño por encima del promedio mundial. América del Sur lideró con un crecimiento del 7% en llegadas internacionales durante el año —el mayor de todas las subregiones del continente—, mientras que América Central avanzó un 5% y el Caribe un 2%. Sudamérica se consolidó como la subregión de mayor expansión de las Américas en 2025, impulsada por mercados como Brasil, que registró el mayor crecimiento interanual entre los grandes destinos

[1] Fuentes principales de esta sección: ONU Turismo – El incremento en un 4% de las llegadas de turistas internacionales refleja la fuerte demanda de viajes (enero 2026), untourism.int; ONU Turismo – El turismo internacional creció un 2% en el primer trimestre de 2026 en medio de una creciente incertidumbre (junio 2026), untourism.int; WTTC – Central & South America Travel & Tourism Sector Set to Outpace Global Growth in 2026 (mayo 2026), wttc.org; WTTC / VFS Global – Unlocking Opportunities for Travel & Tourism Growth in Latin America (junio 2024).

latinoamericanos, y por Paraguay, que fue el destino de las Américas con mejor desempeño en enero-septiembre 2025 entre aquellos que reportaron datos completos.

El primer trimestre de 2026 presenta un mapa más diferenciado. América Central registró un espectacular +18% en llegadas frente al Q1 2025, posicionándose como la subregión de crecimiento más dinámico del continente en lo que va del año. América del Sur, en cambio, anotó una leve contracción del -1%, que ONU Turismo atribuye en parte a efectos de base comparativa y a la volatilidad de marzo asociada al conflicto en Oriente Medio, que afectó rutas aéreas y hubs de conexión. Este dato debe leerse en el contexto de los fuertes crecimientos de 2025 y no como una reversión de tendencia. Paraguay (+46%) es el mejor performer de las Américas en Q1 2026.

Figura 2. América Latina: variación interanual de llegadas internacionales por subregión, 2025 completo y Q1 2026. Fuente: ONU Turismo (noviembre 2025 / junio 2026).



Fuente: ONU Turismo

Las perspectivas de mediano plazo para América Latina siguen siendo muy favorables. El WTTC proyecta para 2026 un crecimiento del PIB turístico en América Central y del Sur del 4,1%, superando el promedio global del 3,2%. El gasto de visitantes internacionales en la región crecería un 7,8%, más del doble de la media mundial. Ecuador lidera las proyecciones con +11,6%, seguido por Bolivia (+10,3%, con un excepcional +25,8% en gasto internacional), Panamá (+8,4%), Guatemala (+6,1%), Colombia (+5,7%) y Argentina (+4,9%).

El sector turístico de la región soportará en 2026 unos 18,5 millones de empleos, equivalentes al 8,3% del empleo total en ALC. El WTTC (informe LATAM 2024) prevé que, con un paquete de políticas habilitantes adecuado —conectividad, facilitación de visados, infraestructura, marketing—, la región podría acumular USD 57.000 millones adicionales en PIB turístico y generar 2,14 millones de nuevos empleos en el horizonte 2034.

3.1.2. Tendencias de demanda: qué buscan los viajeros en 2025–2026

Las fuentes consultadas convergen en un cambio estructural de la demanda: el viajero contemporáneo busca activamente experiencias significativas, personalizadas y conectadas con su identidad. Los destinos y productos que mejor satisfacen esta búsqueda concentran la mayor parte del crecimiento.

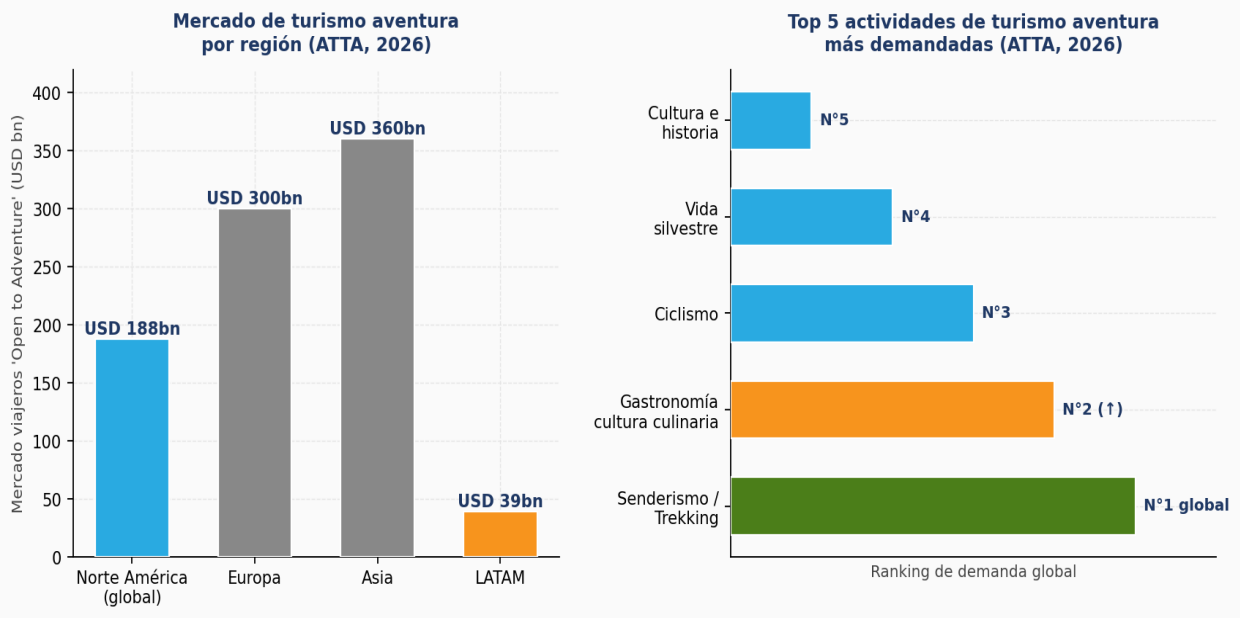
El turismo de aventura: Uno de los datos más reveladores del ciclo 2025-2026 es la expansión del turismo de aventura más allá de su concepción tradicional de alto riesgo y adrenalina. La Adventure Travel Trade Association (ATTA), en su informe de dimensionamiento del mercado de aventura 2026, revela que el 67% de los viajeros internacionales se considera actualmente "abierto a la aventura" —es decir, dispuesto a incorporar experiencias activas, culturales o en la naturaleza a sus viajes, aunque estas no sean su motivación primaria. Esto transforma el turismo de aventura en una categoría que engloba la mayor parte del turismo mundial.

El mercado global de viajeros 'abiertos a la aventura' alcanza los USD 1,16 billones en gasto combinado de los cuatro grandes mercados emisores analizados (Norte América, Europa, Asia y América Latina). El mercado latinoamericano de aventura representa aproximadamente USD 39.000 millones en gasto, con casi la mitad de los viajeros internacionales de la región cayendo en esta categoría. México y Brasil, los dos mayores mercados emisores de ALC, muestran un especial interés por experiencias que combinan exploración, inmersión cultural y turismo familiar y social. El viajero latinoamericano de aventura está, además, progresivamente motivado por el impacto social: busca turismo comunitario donde su gasto apoye directamente a poblaciones indígenas locales y proyectos de conservación.

El informe de tendencias 2026 de la ATTA (329 operadores encuestados entre enero y marzo de 2026) describe una industria que sale de la recuperación post pandemia para entrar en una fase de crecimiento más medido, intencional y orientado al valor. Casi el 60% de los operadores registró crecimiento de ingresos en 2025, aunque la mayoría en rangos incrementales (bajo el 25%). Las tasas de ocupación de viajes promediaron el 64%, estable respecto a años anteriores. El 61% de los operadores anticipa mayores ganancias netas en 2026. La tendencia dominante es el pasaje del volumen al valor: grupos más pequeños, experiencias más personalizadas y mayor control de costos.

En cuanto a actividades, el senderismo, trekking y caminatas mantienen el primer lugar global. La gastronomía y las experiencias culinarias ascienden al segundo puesto, continuando su trayectoria alcista. El ciclismo ocupa el tercer lugar, seguido por la observación de vida silvestre y las experiencias culturales e históricas. Los destinos tendencia identificados por los operadores incluyen América del Sur y Canadá en el top, junto con el Noreste asiático, Escandinavia y Europa Occidental.

Figura 3. Izquierda: Mercado de viajeros 'Open to Adventure' por región (USD bn). Derecha: Top 5 actividades de turismo aventura más demandadas globalmente (ATTA, 2026)[2].



Fuentes: ATTA – 2026 Adventure Travel Trends & Insights: State of the Adventure Travel Industry (abril 2026).

Experiencias por encima de destinos: *El* Trendcast 2026 de TripAdvisor[3], elaborado sobre millones de reservas y valoraciones, identifica como principal tendencia global el desplazamiento desde la visita a destinos hacia la participación en experiencias auténticas: talleres artesanales, clases de cocina tradicional, estadías en comunidades rurales y conexión con prácticas culturales, entre otras. Las reservas de estadías cercanas a estadios crecen un 25% interanual; los maratones de Chicago, Boston y Berlín generan incrementos de demanda de entre +222% y +300% en sus fechas.

Identidad personal y nuevas motivaciones de viaje: El estudio global de Booking.com[4] (29.000 viajeros en 33 países, noviembre 2025) revela que en 2026 los viajeros están rechazando los formatos convencionales y adoptando motivaciones profundamente personales. El 75% de los argentinos declara no necesitar una razón convencional para reservar un viaje; el 81% justifica las vacaciones simplemente porque «trabajó duro y se lo merece». Emergen nuevas motivaciones: celebrar un nuevo empleo (28%), cerrar un capítulo tras una separación (18%) o recibir un reembolso de impuestos inesperado (13%). La dimensión espiritual también aparece: el 41% consideraría cambiar planes si un asesor espiritual lo sugiriera; el 29% lo haría si Mercurio estuviera retrógrado.

Música, deportes y eventos como motores de flujos turísticos: El turismo vinculado a eventos culturales y deportivos consolida su rol como generador de demanda estructurada. A modo de ejemplo, en Argentina, dos festivales musicales de alta convocatoria generaron incrementos de búsquedas de alojamiento del 46% y del 49% respectivamente en sus sedes,

[2] Nota: cifras de Europa y Asia aproximadas sobre base de publicaciones ATTA disponibles; LATAM = dato verificado ($39bn).

[3] Fuente: TripAdvisor – Trendcast 2026, tripadvisor.com/Articles-lWEDnGiu8I60-Trendcast26.html

[4] Fuente: Booking.com – Predicciones de Viajes 2026 (Argentina), noviembre 2025.

según datos de Booking.com (enero 2026). El 53% de los viajeros argentinos viajó en 2024 para ver un show de música en vivo; el 32% identifica recitales y eventos como motivación principal de viaje[5].

La Generación Silver: un segmento en expansión: Los viajeros mayores de 50 años —la Generación Silver— son el segmento de mayor crecimiento relativo en el turismo. Con alta disponibilidad de tiempo, creciente autonomía económica y fuerte orientación hacia experiencias en naturaleza (40%), viajes ruteros (38%) y gastronomía auténtica (60%), este perfil es altamente compatible con la oferta del CBC. Aunque los siguientes datos corresponden el mercado argentino, son una tendencia global: el 42% usa redes sociales para informarse sobre destinos y actividades, mientras el 52% se inspira en recomendaciones de pares[6].

3.1.3. Proyección de mercados emisores clave para América Latina

El análisis de flujos de Amadeus (Destination Gateway™, noviembre 2025[7]) posiciona a Argentina como el mercado emisor con mayor crecimiento de viajes efectivos hacia América del Sur (+16%, primer lugar en la región), lo que lo convierte en el mercado prioritario inmediato para el CBC. Pero, Brasil es el mayor mercado en volumen, con presencia consolidada tanto en búsquedas como en viajes efectivos hacia la región.

China emerge como el mercado de mayor crecimiento relativo, con +82% en búsquedas y +46% en viajes efectivos hacia ALC, aún desde bases bajas pero con proyección sostenida.

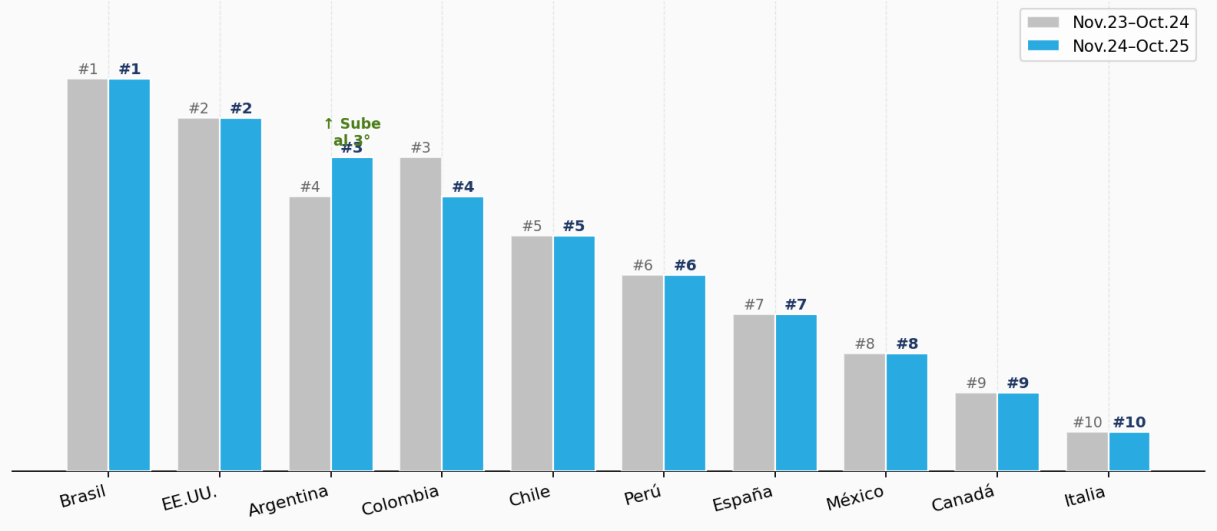
Además, Paraguay (+33% en búsquedas, +8% en viajes) opera como mercado de proximidad de alta frecuencia con acceso directo al corredor bioceánico. Portugal (+34% en búsquedas) se posiciona como puerta de acceso al mercado europeo hispanoparlante.

[5] Fuente: Booking.com – La música impulsa las ganas de viajar de los argentinos (enero 2026).

[6] Fuente: Booking.com – Generación Silver: una radiografía sobre sus preferencias al viajar (mayo 2026).

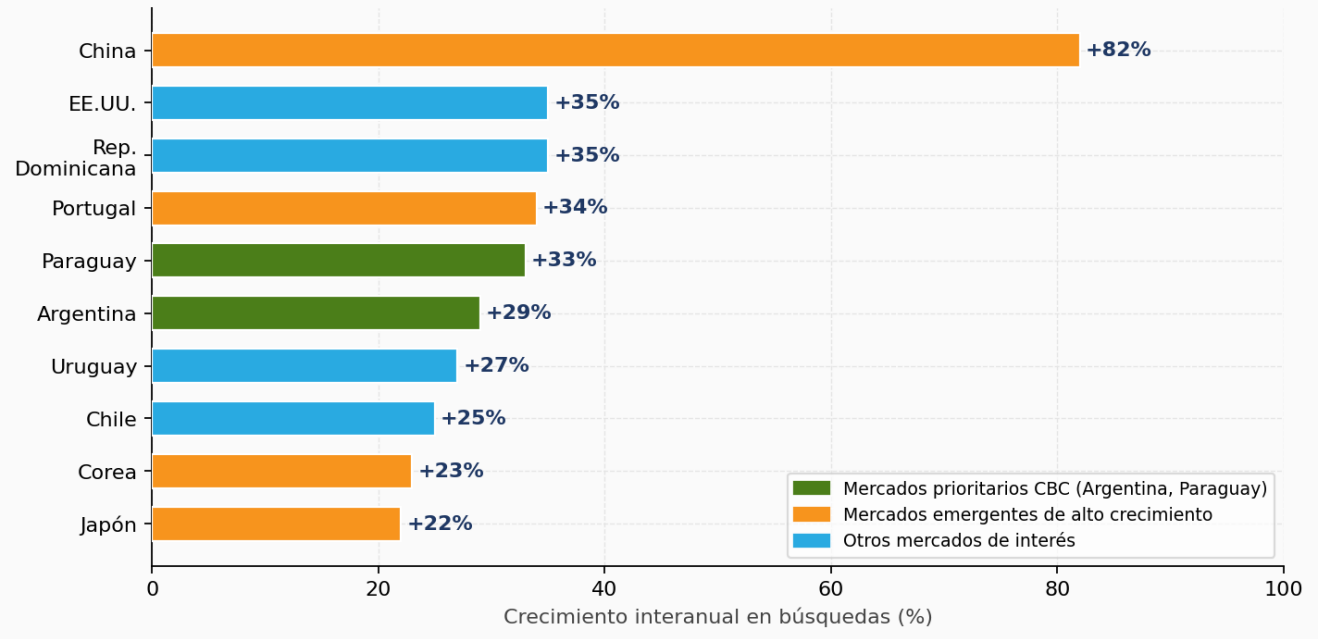
[7] Fuente: Amadeus – Perspectivas de Viaje 2025 y Tendencias 2026, Enfoque en las Américas (Destination Gateway™, diciembre 2025).

Figura 4. Ranking de los principales mercados emisores que VIAJAN a América del Sur, por volumen (Nov.23–Oct.24 vs. Nov.24–Oct.25).



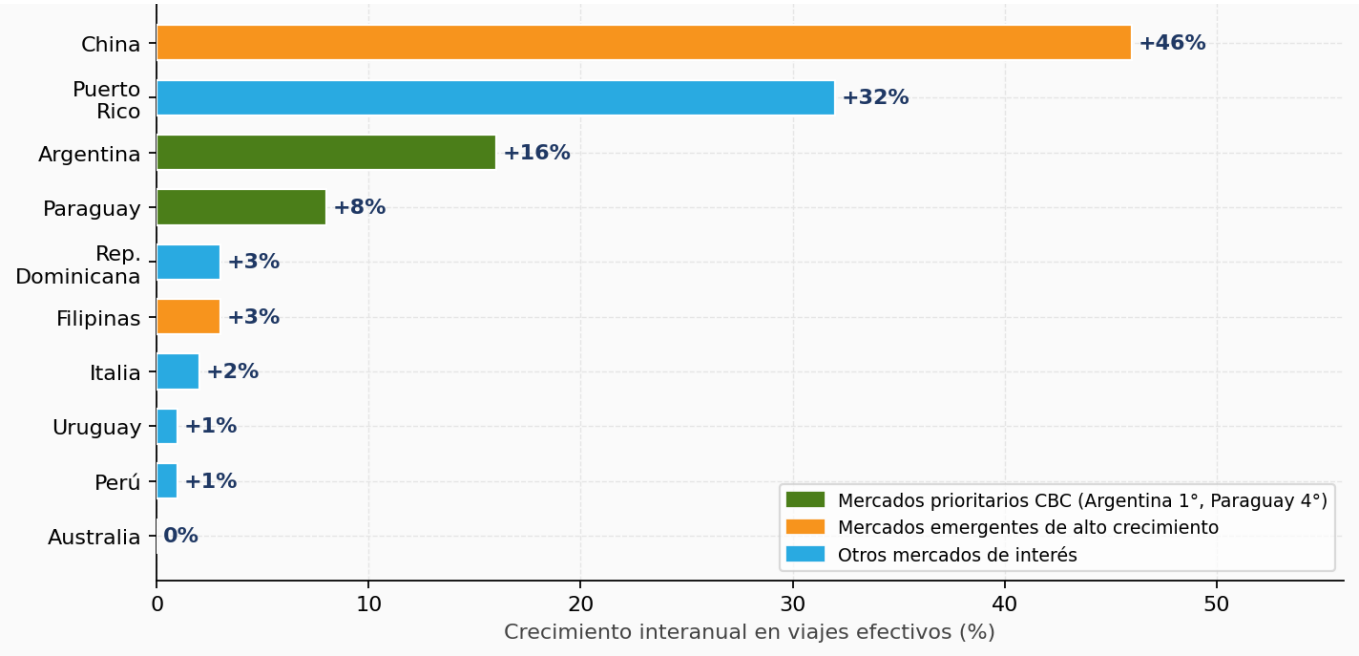
Fuente: Amadeus, Destination Gateway™.

Figura 5. Mercados con mayor crecimiento interanual en BÚSQUEDAS hacia ALC (Top 10 entre los 30 principales.



Fuente: Amadeus, Destination Gateway™.

Figura 6. Mercados con mayor crecimiento interanual en VIAJES EFECTIVOS a ALC



Fuente: Amadeus, Destination Gateway™.

La ATTA refuerza este mapa desde la perspectiva del turismo de aventura: **América del Sur figura entre los destinos tendencia señalados por los operadores globales**, y el viajero latinoamericano de aventura —con su foco en comunidades indígenas, biodiversidad y experiencias de impacto social— representa un mercado emisor intrarregional en rápido crecimiento.

3.1.4. Tendencias de gestión y consumo turístico

Del volumen al valor: La Adventure Travel Trade Association (ATTA) identifica un cambio estratégico en el sector de los operadores de turismo de aventura. Luego de un período caracterizado por una rápida expansión, las empresas orientan actualmente sus estrategias hacia la mejora de la eficiencia operativa, el fortalecimiento de los márgenes de rentabilidad y el incremento de la resiliencia organizacional, priorizando estos aspectos por sobre el crecimiento del volumen de operaciones. Asimismo, el informe destaca el elevado impacto económico local de esta modalidad turística, estimando que aproximadamente el 75 % de los ingresos generados por cada viaje permanece en las economías de los destinos, mientras que los viajeros destinan, en promedio, USD 361 por persona a la compra de artesanías y suvenires. En materia de sostenibilidad, se observa una consolidación de las buenas prácticas, ya que más de la mitad de los operadores cuenta con una certificación de sostenibilidad o se encuentra en proceso de obtenerla, siendo *Travelife y B Corporation* los estándares de certificación más adoptados. Finalmente, entre los principales factores de riesgo para 2026, el estudio identifica la inestabilidad política, los conflictos regionales y el incremento de los costos operativos como los desafíos más relevantes para la actividad.

Inteligencia artificial y personalización de la experiencia: Amadeus identifica la incorporación de agentes de inteligencia artificial (IA) y la automatización inteligente de

procesos como una de las transformaciones más relevantes para la gestión turística durante el período 2025-2026. Los avances en inteligencia artificial generativa están modificando la forma en que los viajeros se inspiran, buscan información, comparan alternativas y planifican sus viajes, al tiempo que permiten una mayor personalización de las ofertas y mejoras en la eficiencia operativa a lo largo de toda la cadena de valor turística. Para destinos como los del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC), esta tendencia refuerza la necesidad de contar con una presencia digital estructurada, información de calidad y contenidos accesibles para las plataformas que incorporan IA en sus procesos de recomendación. Asimismo, representa una oportunidad para que los atributos diferenciales del territorio —como sus ecosistemas singulares, las culturas indígenas vivas y el patrimonio salitrero— sean mejor identificados y valorados por sistemas que priorizan la relevancia, la autenticidad y la calidad de la información disponible.

La sostenibilidad como exigencia de mercado: El mercado del turismo sostenible en América Latina continúa mostrando una tendencia de crecimiento y consolidación. De acuerdo con el World Travel & Tourism Council (WTTC), entre 2010 y 2019 el sector turístico de América Latina y el Caribe registró un proceso de desacoplamiento relativo entre crecimiento económico e impacto ambiental: mientras el PIB turístico aumentó a una tasa promedio anual del 3,8 %, las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) asociadas a la actividad crecieron únicamente un 0,6 % anual. Paralelamente, se observa una creciente demanda por experiencias turísticas responsables y una mayor valoración de operadores y destinos que acreditan prácticas de sostenibilidad mediante certificaciones. En este contexto, los territorios del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC), caracterizados por la presencia de áreas naturales y diferentes ecosistemas, un importante patrimonio cultural y comunidades originarias e indígenas con sus propias tradiciones y costumbres, reúnen condiciones favorables para fortalecer su posicionamiento dentro del segmento internacional del turismo sostenible y de naturaleza de alto valor agregado[8].

3.2. El turismo en Argentina

Argentina es la tercera economía más grande de América Latina, con un Producto Interior Bruto a precios corrientes de aproximadamente USD 645.511 millones y una población de 47 millones de habitantes. Su vasta extensión territorial —2,8 millones de kilómetros cuadrados —, la diversidad de sus ecosistemas, su patrimonio cultural y gastronómico de reconocimiento internacional, y el dinamismo de sus principales ciudades la posicionan como un destino turístico de alta relevancia regional y creciente proyección global.

[8] Fuentes: ATTA – 2026 Trends & Insights; Amadeus – Transforming Operational Efficiency with AI and Agentic Flows (2025); WTTC / VFS Global – Unlocking Opportunities for T&T Growth in Latin America (2024); IMARC Group – Latin America Sustainable Tourism Market (2026).

3.2.1. Indicadores del turismo en Argentina

El turismo representa una pieza clave del tejido productivo argentino. De acuerdo con la guía de inversión elaborada por ONU Turismo y CAF (2025), el sector tiene una contribución directa cercana al 2% del PIBy al 4,4% del Valor Agregado Bruto (VAB). En términos de empleo, el turismo ocupaba en 2022 a 1.197.000 personas, equivalentes al 5,5% del total nacional, con una trayectoria de recuperación sostenida desde los mínimos registrados durante la pandemia. En 2024, el turismo representó el 5,3% del total de exportaciones del país y el 30% de la exportación de servicios.

A nivel de turismo receptivo e interno, Argentina alcanzó en 2019 su máximo histórico de llegadas internacionales, con 7,4 millones de turistas y USD 4.996 millones en ingresos. La pandemia de COVID-19 impactó severamente al sector, provocando en 2020 una caída del 71,8% en llegadas y del 66,9% en ingresos. En 2024, el número de turistas internacionales llegó a 6,6 millones, con ingresos de USD 4.655,5 millones, y aunque representa una importante recuperación, también refleja una contracción en relación al año 2023. La misma se explica en gran medida por la apreciación del peso argentino frente al dólar, que encareció el destino para los visitantes extranjeros —especialmente los provenientes de países limítrofes por vía terrestre—. El gasto promedio por viaje en temporada baja también mostró un incremento respecto a 2023, lo que sugiere una mejora en el perfil del visitante.

El comportamiento turístico de Argentina entre 2025 y 2026 ha mostrado una tendencia hacia la recuperación del turismo extranjero (receptivo) y una caída en los viajes de argentinos al exterior (emisivo), lo que ha ayudado a moderar el déficit histórico en la balanza turística[9]**.** Entre enero y abril de 2026, ingresaron al país 3,5 millones de visitantes no residentes, lo que representa un aumento de 6,5% frente al mismo período de 2025. En paralelo, los argentinos que viajaron al exterior sumaron 7,2 millones de visitantes, una caída de 13,7% respecto del año anterior. Del total de visitantes no residentes que llegaron al país en el primer cuatrimestre, 2,19 millones fueron turistas —un 6% más que en 2025— y 1,31 millones fueron excursionistas, con un crecimiento de 7,5%.

Según el informe Apuntes sobre el turismo emisor en la Argentina de 2025 (Amadasi, 2026)[10], el 70% de los viajes de argentinos al exterior se realiza fuera de la temporada estival. Durante ese año, las salidas desde Ezeiza y Aeroparque se concentraron en un 94% en cinco destinos principales: Brasil lidera con el 31%, seguido por Europa (21%), Resto de América (20%), Estados Unidos y Canadá (14%), y **Chile (8%).** El 6% restante se distribuye entre el Resto del Mundo (3%), Uruguay (1%), Paraguay (1%) y Bolivia (1%).

El caso de Chile es destacable: registró 344 mil turistas vía aérea desde el AMBA —un incremento del 32,2% respecto al período anterior—, lo que representó el 8% del crecimiento total de estos aeropuertos. Además, el destino chileno exhibe una estacionalidad

[9] Según datos del INDEC, (n 2025 viajaron al extranjero 18.838.900 argentinos, mientras que llegaron al país 8.775.600 visitantes de otros países. Esos números marcan un déficit de más de 10 millones de personas.

[10] Amadasi, E. (26 de febrero de 2026). Apuntes sobre el turismo emisor en la Argentina de 2025. Notas Académicas de la Academia Argentina de Turismo.

notablemente baja y un flujo homogéneo a lo largo del año: 23% en el primer trimestre, 26% en el segundo, 29% en el tercero y 22% en el cuarto.

Tabla 2. Indicadores turísticos de Argentina

Indicador	2019	2024
Llegadas de turistas internacionales	7,4 millones	6,6 millones
Ingresos por turismo internacional (USD)	4.995,8 millones	4.655,5 millones
Gasto promedio por viaje (USD)	–	705
Participación en exportaciones totales	6,8%	5,3%
Participación en exportaciones de servicios	37,4%	30%
Empleo en industrias turísticas	1,24 millones (6%)	1,2 millones (est.)
Flujos turismo interno	26,8 millones de viajes	26,9 millones (2023)

Fuente: ONU Turismo / CAF (2025), Tourism Doing Business – Invirtiendo en Argentina. Datos provisorios para 2024.

Respecto de la **procedencia de los turistas internacionales** en 2024, **Brasil lideró con el 23%** de las llegadas, seguido por Uruguay (15%) y **Chile (15%).** Europa aportó el 13%, Estados Unidos y Canadá el 9%, y Paraguay el 7%. La caída en el flujo proveniente de países fronterizos fue parcialmente compensada por el aumento de mercados estratégicos como Brasil y EE.UU., que presentan mayor propensión al gasto, lo que resulta prometedor para el desarrollo de segmentos de valor agregado.

En lo que respecta al turismo interno, en 2023 se registraron más de 26,8 millones de viajes de residentes.

3.2.2. Gobernanza, marco de inversión y política turística

La máxima autoridad turística del Estado nacional es la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes, que funciona en la órbita de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Presidencia de la Nación. Lidera la política turística nacional, promueve inversiones en el sector y coordina acciones con las provincias. Hasta 2019 existió un Ministerio de Turismo con rango propio; desde entonces el área ha quedado integrada como Secretaría dentro de estructuras ministeriales más amplias, lo que refleja la tendencia a la reducción del aparato estatal impulsada por las sucesivas administraciones.

Por otro lado, el Consejo Federal de Turismo es el organismo de articulación interjurisdiccional creado por la Ley 25.997. Integra a los organismos de turismo de las 23 provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la Nación. Su función es coordinar políticas públicas turísticas entre los distintos niveles de gobierno, promover la planificación conjunta y contribuir al desarrollo turístico federal. Opera como instancia de consenso pero no tiene poder de decisión ejecutiva sobre las jurisdicciones.

La Ley Nacional de Turismo N° 25.997 (sancionada en 2004, promulgada en 2005) constituye la norma rectora del sector. Establece al turismo como actividad prioritaria del Estado, crea el

Consejo Federal de Turismo, el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) y el INPROTUR. En 2025 el Decreto PEN N° 216/2025 modificó aspectos de esta ley en el marco del proceso de desregulación y desburocratización impulsado por el gobierno nacional, eliminando intervenciones estatales en actividades del sector privado. Complementariamente, el DNU 70/2023 ("Bases para la Reconstrucción de la Economía Argentina") derogó otras normativas entre ellas la Ley Nacional de Agencias de Viajes. Frente a esto, la FAEVYT (Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo) asumió el rol articulador creando su propio registro privado para garantizar la seguridad del consumidor y el profesionalismo.

El Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) es un ente de carácter público-privado creado por la Ley 25.997. Su misión es posicionar a Argentina como destino turístico internacional, diseñar y ejecutar planes de promoción en los mercados emisores, y administrar los fondos de promoción turística internacional. Su directorio es mixto: combina representantes del Estado nacional y del sector privado de la industria turística.

La organización del sector privado turístico argentino tiene a la Cámara Argentina de Turismo (CAT) como su máximo referente integrador. La CAT es la entidad de mayor representatividad del sector privado turístico a nivel nacional: actúa como portavoz del consenso del sector ante organismos nacionales e internacionales, agrupa a las principales cámaras y federaciones del turismo argentino, y tiene representación directa en el directorio del INPROTUR.

Fundada con sede en Buenos Aires, su misión es representar y defender a la comunidad turística privada de la República Argentina, promover el turismo dentro y fuera del país, e impulsar la unidad de la actividad turística privada como portavoz ante organismos nacionales y extranjeros. La CAT gestiona además el Observatorio Argentino de Turismo y lleva adelante acciones de promoción internacional en coordinación con el INPROTUR. Está integrada por entidades miembros que cubren todos los subsectores de la industria, como AAETAV – Asociación Argentina de Empresas de Turismo y Afines en Viajes, AHRCC – Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés de la CABA, AHT – Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (administra el programa "Hoteles Más Verdes" de certificación de sostenibilidad), AOCA – Asociación de Organizadores y Proveedores de Congresos, Convenciones y Afines, Bodegas de Argentina – sector vitivinícola y enoturismo, FAEVYT – Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo, FEDECATUR – Federación de Cámaras de Turismo (agrupa cámaras provinciales y regionales de todo el país) y FEHGRA – Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina, entre otras.

Los prestadores de servicios turísticos (alojamiento, transporte, agencias, guías) deben observar la normativa provincial correspondiente, dado que el turismo es una competencia concurrente entre Nación y provincias.

Como ya se anticipó, desde 2024, Argentina ha implementado un conjunto de reformas orientadas a dinamizar la inversión en el sector. El Régimen de Incentivo para Grandes Inversiones (RIGI) ofrece estabilidad fiscal por 30 años, reducción del impuesto a las ganancias

al 25%, flexibilidad cambiaria y exenciones aduaneras para proyectos que superen los USD 200 millones, incluyendo el turismo entre los sectores prioritarios. La Política de Cielos Abiertos ha facilitado acuerdos bilaterales con 14 países —entre ellos Chile—, expandiendo la conectividad aérea y fomentando el flujo de turistas internacionales con mayor poder adquisitivo.

En términos de inversión extranjera directa en turismo, durante el primer semestre de 2024 el sector ya había superado el total acumulado del año anterior, reflejando la confianza de los inversores internacionales ante el nuevo marco regulatorio. Varias provincias cuentan además con regímenes propios de promoción, entre ellas Salta y Jujuy que han sancionado leyes con exenciones impositivas, créditos fiscales y facilidades de acceso a tierras fiscales para el desarrollo de emprendimientos turísticos.

Por otro lado, Argentina identifica los siguientes ejes como vectores competitivos en su Guía de Inversiones[11]: *(i) gastronomía y vino reconocidos internacionalmente, (ii) diversidad geográfica única, (iii) destino de IED resiliente - Argentina experimenta aumentos significativos en la captación de inversión extranjera, impulsada por sectores estratégicos como la energía, la agroindustria y la tecnología – (iv) nuevo rumbo legislativo - el reciente marco normativo de Argentina busca fortalecer la seguridad jurídica, reducir la inflación y fomentar la apertura a los mercados internacionales, sentando bases sólidas para la inversión- (v) ecosistema de innovación y tecnología*.

3.2.3. Abordaje de la planificación turística en Argentina

Argentina organiza su oferta turística en **seis grandes regiones** que agrupan provincias con afinidades geográficas, culturales y de producto:

- Buenos Aires: conformada por Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires
- Litoral: conformado por Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes, Entre Ríos, Santa Fe
- Norte Argentino: Donde se encuentran Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, Santiago del Estero, La Rioja
- Cuyo: incluyendo Mendoza, San Juan, San Luis
- Córdoba

[11] ONU Turismo (2025), Invirtiendo en Argentina.

- Patagonia: conformada por Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, La Pampa

El instrumento nacional de planificación vigente siguen siendo el PFETS o Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), aprobado en 2005 y actualizado en versiones sucesivas (2016, 2020). Al momento de esta publicación el sector atraviesa un período de revisión del instrumento.

3.2.4. Conectividad aérea

El informe Guía de Inversiones, mencionado previamente, también referencia que Argentina cuenta con una infraestructura de transporte diversa que facilita la conectividad del país con el resto del mundo y entre sus regiones. Dispone de 57 aeropuertos nacionales e internacionales, una extensa red vial con 40.000 km de rutas nacionales y 200.000 km de rutas provinciales, 29 pasos fronterizos viales y 14 pasos fronterizos vehiculares. A pesar de estas conexiones, la calidad de la infraestructura requiere inversiones para su modernización, especialmente en carreteras.

El 2025 fue el mejor año de la aviación comercial argentina en términos de pasajeros. El total acumulado enero–diciembre alcanzó 33,3 millones de pasajeros (comerciales + privados), un crecimiento del 13% frente a 2024. A lo largo de 2025 se transportaron 17,4 millones de pasajeros de cabotaje, un 9% más que en 2024. El factor de ocupación promedio se mantuvo en el 85%.

Los aeropuertos más importantes del país son Buenos Aires (Aeroparque), que concentra el 32% del tráfico doméstico, seguido por Ezeiza, Córdoba, Bariloche, Mendoza e Iguazú. Salta ocupa el séptimo lugar con 1.469.076 movimientos de pasajeros durante 2025.

Las tres aerolíneas que dominan el mercado doméstico son: Aerolíneas Argentinas: 54% del mercado (aunque en retroceso desde el 64% que tenía en 2024), JetSMART: 25%, con un crecimiento muy fuerte —prácticamente duplicó su participación en un año y Flybondi: 19%.

En relación al tráfico internacional, el salto fue aún más pronunciado: 15,9 millones de pasajeros acumulados en 2025, un 18% por encima de 2024. Diciembre marcó un +15% interanual, con 1,53 millones de pasajeros en ese solo mes. Los principales mercados de destino son Brasil (475.000 pasajeros en diciembre), Chile (215.000), Europa (217.000) y Estados Unidos (189.000). En diciembre además se registró la primera conexión con Asia/Oceanía: China Eastern Airlines inició la ruta Buenos Aires–Auckland–Shanghái, el vuelo directo más largo del mundo en ese momento.

En el segmento internacional, LATAM lidera con el 17% del mercado, seguida de Aerolíneas Argentinas (16%), GOL (8%), JetSMART Group (8%) y Copa (6%).

Uno de los datos más llamativos es la expansión del tráfico internacional hacia aeropuertos del interior, que en 2025 registró un crecimiento del 38% anual. Córdoba lidera este segmento

con 942.000 pasajeros internacionales (+54% vs 2024), y Salta es destacable con 96.000 pasajeros internacionales (+61%), operando rutas hacia Lima, Panamá y Bolivia.

3.2.5. Marca país y plataformas de promoción turística

La Marca País Argentina es el emblema y la estrategia oficial que utiliza la República Argentina para posicionarse en el mundo. Su objetivo central es promover el turismo, las exportaciones, la cultura, el talento nacional y atraer inversiones extranjeras bajo una identidad visual unificada. Funciona como una "marca paraguas" que respalda los productos, servicios y destinos argentinos.

Por su parte, Visit Argentina (argentina.travel) es la plataforma de promoción internacional gestionada por INPROTUR, con presencia en seis idiomas. Ofrece información sobre destinos, actividades, itinerarios y recursos para prensa y trade. Su identidad de marca está articulada con la campaña "Freedom Lives Here". Es la principal ventana del país ante los mercados emisores internacionales.

Por otro lado, el Sistema de Información Turística de la Argentina (yvera.tur.ar), es gestionado por la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes y constituye la plataforma oficial de estadísticas y datos del sector. Concentra la Cuenta Satélite de Turismo, la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH), datos de turismo internacional, padrón único de alojamiento y otros tableros interactivos.

3.3. El turismo en Chile

Chile se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más competitivos de América Latina. Su ubicación estratégica entre el océano Pacífico y la cordillera de los Andes, la diversidad de sus ecosistemas —desde el desierto de Atacama hasta la Patagonia y la Antártida—, su estabilidad macroeconómica y su entorno favorable para los negocios lo posicionan como **el país mejor rankeado de la región para atraer inversiones**, según el índice Doing Business del Banco Mundial. El turismo contribuyó al **3,3% del PIB** chileno en 2019, ubicándolo por encima de la media regional en comparación con otros países de América Latina y el Caribe.

3.3.1. Indicadores del turismo en Chile

El turismo constituye una actividad estratégica para la economía chilena, posicionándose entre los principales sectores exportadores de servicios y como un importante generador de empleo, inversión y divisas. La recuperación posterior a la pandemia ha permitido que el país supere los niveles registrados antes de 2020, consolidando nuevamente su posición como uno de los principales destinos turísticos de América del Sur.

De acuerdo con el Anuario de Turismo 2024 de SERNATUR, las Actividades Características del Turismo (ACT) emplearon 637.520 personas durante 2024, equivalentes al 6,9% del empleo nacional, con un crecimiento interanual del 2,9%. Asimismo, el país registró 216.919 empresas vinculadas a actividades turísticas, representando el 13,7% del total de empresas nacionales.

La recuperación del turismo receptivo ha sido especialmente significativa. Luego de la caída provocada por la pandemia —cuando las llegadas internacionales descendieron desde 4,5 millones de turistas en 2019 hasta apenas 190 mil en 2021—, Chile logró recuperar progresivamente su demanda internacional. En 2024 ingresaron 5.239.233 turistas extranjeros, cifra que representa un crecimiento del 40,4% respecto de 2023 y un nivel 16% superior al registrado antes de la pandemia. Los ingresos por turismo alcanzaron USD 3.619 millones, superando tanto los valores de 2023 como los registrados en 2019.

Durante 2025 la recuperación alcanzó un nuevo máximo histórico para el período pospandemia. Según SERNATUR, ingresaron 6.004.567 turistas internacionales, constituyendo el mejor desempeño desde 2017 y representando un incremento del 14,6% respecto del año anterior.

Tabla 3. Llegadas internacionales a Chile por turismo

Año	Llegadas internacionales	Variación interanual	Ingresos (USD millones)
2019	4.518.000	– (base prepandemia)	2.960
2020	1.119.100	-75,2%	589
2021	190.000	-83,0%	99
2022	2.030.500	+968,5%	1.320
2023	3.730.500	+83,7%	2.769
2024	5.239.233	+40,4%	3.619
2025	6.004.567	+14,6%	s/d

Fuente: SERNATUR – Anuario de Turismo 2024; Subsecretaría de Turismo y SERNATUR (febrero 2026). Datos 2019 previos a pandemia como referencia.

Argentina continúa siendo, por amplio margen, el principal mercado emisor hacia Chile. Durante 2024 aportó aproximadamente el 40% de las llegadas internacionales, mientras que durante el primer semestre de 2025 representó 55,3% del turismo receptivo. Bolivia y Brasil se consolidan como el segundo y tercer mercado emisor, respectivamente, confirmando la fuerte dependencia de Chile respecto de los mercados regionales.

La demanda internacional presenta una marcada estacionalidad, concentrándose durante el verano austral. Entre diciembre de 2024 y febrero de 2025 ingresaron más de 2,1 millones de turistas, mientras que enero de 2025 registró el mayor volumen mensual de llegadas del período reciente. Esta situación continúa planteando el desafío de diversificar tanto la temporalidad como la distribución territorial de la demanda.

El análisis del ***turismo receptivo aéreo*** y según el Perfil del Turista Receptivo que ingresa por Vía Aérea 2023 (Subsecretaría de Turismo / SERNATUR) y el Cuadro de Turismo Receptivo Aéreo 2do semestre 2024 (SERNATUR), los turistas aéreos representan el **47,1% del total de llegadas** pero generan el 76,1% de los ingresos de divisas:

Entre los principales mercados aéreos hacia Chile, Argentina es el 2° en volumen aéreo (196.688 turistas en 2do sem. 2024; GTI USD 701; GPDI USD 101,2), con alta proporción de compras (39,2% de su gasto). Brasil lidera en volumen (439.833 turistas aéreos; GTI USD 777,7). Los mercados europeos son los de mayor gasto por visita: Alemania USD 1.397, Francia USD 1.341, España USD 1.341, Reino Unido USD 1.498. Estados Unidos: GTI USD 1.436, GPDI USD 128.

Respecto al ***turismo emisivo***—los residentes en Chile que viajan al exterior— es también relevante para entender la dinámica de la Región. Según el Perfil del Turista Receptivo y Emisivo 2023 (Subsecretaría de Turismo, diciembre 2024), los residentes en Chile realizaron 3.757.684 viajes al extranjero, con un gasto total individual de USD 841,5 y egresos totales de divisas de USD 3.162 millones. En 2024, las salidas cayeron -2,0% a 3.680.700 salidas, con un egreso total de USD 3.663,2 millones. El gasto promedio diario en el exterior fue de USD 76,0 (2023), superior al del turista extranjero en Chile (USD 47,2), generando un leve déficit en la balanza turística.

Tabla 4. Principales destinos del turismo emisivo chileno

PAÍS DE DESTINO (EMISIVO CHILE 2023)	SALIDAS DE TURISTAS	PERMANENCIA (NOCHES)	GTI (USD)
TOTAL TURISTAS EMISIVOS	3.757.684	11,1	841,5
Argentina (1° destino emisivo)	1.695.525 (45,1%)	6,9	358,7
Perú	610.158 (16,2%)	7,2	369,7
Brasil	392.978 (10,5%)	9,5	892,2
Estados Unidos	296.979 (7,9%)	17,9	2.171,8
México	124.115 (3,3%)	12,5	1.577,5
Colombia	118.610 (3,2%)	17,1	970,4

Fuente: Subsecretaría de Turismo de Chile.

Por su parte, **el turismo interno continúa siendo el principal sostén de la actividad turística chilena**. La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 destaca que el mercado doméstico genera cerca del 80% de los ingresos turísticos nacionales y constituye un factor clave para la resiliencia del sector. En 2024 se registraron alrededor de 61 millones de viajes turísticos con

pernoctación, manteniendo niveles similares a los alcanzados tras la recuperación pospandemia.

Los principales flujos emisores se concentran en la Región Metropolitana, mientras que los destinos receptores presentan una distribución territorial más equilibrada. En el contexto del norte de Chile, *Antofagasta y Tarapacá poseen una participación relativamente reducida dentro del mercado nacional, aunque ambas reciben proporcionalmente más viajes de los que generan, reflejando un saldo turístico positivo.*

3.3.2. Gobernanza, inversión y política turística

La institucionalidad turística chilena se estructura a partir de la Ley Nº 20.423, que creó el Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo y estableció una gobernanza integrada por la Subsecretaría de Turismo (SUBTURISMO), responsable de la formulación de políticas públicas, y el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), organismo encargado de su implementación, promoción, desarrollo de destinos, registro de prestadores, generación de información turística y presencia territorial mediante Direcciones Regionales en las dieciséis regiones del país.

La articulación territorial se da principalmente a través de las Direcciones Regionales de SERNATUR, presentes en cada una de las 16 regiones administrativas.

La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 incorpora como uno de sus principales ejes el fortalecimiento de una gobernanza sectorial descentralizada y efectiva, asignando un rol cada vez más relevante a los gobiernos regionales, municipios, sector privado, academia y comunidades locales en la planificación y gestión del desarrollo turístico. Asimismo, propone consolidar al turismo como una verdadera política de Estado, promoviendo una mayor articulación interministerial en materias de infraestructura, inversión, conservación del patrimonio, capital humano, promoción turística y adaptación al cambio climático.

Se mantienen vigentes diversos espacios de articulación público-privada, entre ellos la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística, Transforma Turismo, la Mesa de Capital Humano, así como la participación de organizaciones empresariales como FEDETUR y Hotelga Chile, que contribuyen al diseño e implementación de políticas sectoriales.

En materia de inversión, el apoyo al sector continúa articulándose mediante SUBTURISMO, SERNATUR, CORFO, InvestChile y PROCHILE, promoviendo proyectos turísticos sostenibles y atracción de inversión nacional e internacional. La nueva Estrategia incorpora además un enfoque específico de inversión turística verde, orientado a movilizar inversiones compatibles con la sostenibilidad ambiental y la resiliencia climática. Entre 2018 y 2022, Chile se ubicó en el top 10 de los países con más proyectos de inversión extranjera directa (IED) en turismo de América Latina y el Caribe, con 17 proyectos greenfield que representaron el 5% del total regional. La inversión privada en turismo ha incluido proyectos hoteleros, de ecoturismo y servicios de alojamiento distribuidos a lo largo del territorio, con un peso creciente de las regiones del norte.

El Programa Estratégico Nacional Transforma Turismo —alianza público-privada creada en 2015— se replica en programas estratégicos a nivel regional y mesorregional (ej.: Programa Enoturismo Chile y Programa Ruta Lagos y Volcanes). La Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística, presidida por SUBTURISMO con SERNATUR como Secretaría Ejecutiva, es otra instancia de articulación público-privada.

3.3.3. Abordaje de la planificación turística en Chile

La planificación turística chilena se estructura actualmente a partir de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035, instrumento que define la visión de largo plazo para el sector, y del Plan Nacional de Turismo 2024-2026, que operacionaliza dicha estrategia mediante un conjunto de acciones e inversiones priorizadas. Ambos instrumentos promueven una planificación basada en la sostenibilidad, la descentralización, la coordinación interinstitucional y el fortalecimiento de la gestión territorial de los destinos turísticos.

Uno de los aspectos más relevantes del modelo chileno es que la planificación no se organiza únicamente sobre la base de las regiones administrativas, sino que incorpora una delimitación funcional de destinos turísticos, entendidos como unidades territoriales de planificación y gestión. Para ello, el país desarrolla procesos de focalización territorial que permiten identificar, delimitar y clasificar los destinos según su nivel de desarrollo turístico, utilizando un Índice de Intensidad de la Actividad Turística elaborado por SERNATUR. A partir de esta metodología se priorizan los territorios de intervención y se identifican brechas de competitividad específicas para cada destino.

Este enfoque reconoce que el desarrollo turístico responde a dinámicas territoriales diferenciadas, donde intervienen factores como el patrimonio natural y cultural, la infraestructura, la accesibilidad, la oferta de servicios, la gobernanza local y el grado de consolidación de la actividad turística. En consecuencia, los destinos son clasificados en consolidados, potenciales o emergentes, permitiendo adaptar las políticas públicas a las necesidades y capacidades de cada territorio.

En términos espaciales, Chile organiza además su promoción turística en cinco grandes macrozonas: Norte y Desierto de Atacama; Rapa Nui; Región Central; Sur, Lagos y Volcanes; y Patagonia y Antártica, facilitando la articulación de productos turísticos con identidad territorial y favoreciendo la coordinación entre regiones.

La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 se estructura sobre seis pilares estratégicos: Gobernanzas sectoriales; Turismo sostenible; Posicionamiento y experiencias únicas; Inteligencia turística y planificación; Ecosistemas productivos de alto impacto; e Inversión turística verde, constituyendo el marco orientador de la política turística nacional hacia 2035.

Por su parte, el Plan Nacional de Turismo 2024-2026 organiza su implementación mediante cinco grandes componentes estratégicos, cada uno de ellos integrado por diversas líneas de acción:

Tabla 5. Componentes estratégicos del Plan Nacional de Turismo 2024–2026 (Chile)

Componente	Principales líneas de acción
Diversificación de experiencias	Desarrollo turístico sustentable en áreas protegidas; desarrollo de nuevos productos turísticos; valorización del patrimonio natural, cultural e identitario; fortalecimiento de experiencias innovadoras y diferenciadas.
Desarrollo de destinos	Fortalecimiento de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT); habilitación de infraestructura turística; reducción de brechas de competitividad; fortalecimiento de la articulación entre organismos públicos, municipios, comunidades y sector privado.
Calidad y capital humano	Formación y certificación de competencias laborales; fortalecimiento de los sistemas de calidad; certificación de servicios turísticos; promoción de buenas prácticas de gestión y sostenibilidad.
Turismo interno con enfoque inclusivo	Programas de turismo social; fortalecimiento del turismo familiar; programas para adultos mayores y estudiantes; reducción de la estacionalidad mediante el estímulo de la demanda interna.
Promoción nacional e internacional	Marketing turístico nacional e internacional; fortalecimiento de la inteligencia de mercados; generación de información para la toma de decisiones; posicionamiento competitivo de Chile en mercados prioritarios.

Fuente: Elaboración propia en base al Plan Nacional de Turismo 2024-2026 (Chile).

La planificación chilena privilegia la intervención sobre destinos turísticos funcionales, priorizando aquellos territorios donde existe potencial para generar procesos de desarrollo mediante inversiones focalizadas, gobernanza territorial y articulación público-privada. Asimismo, incorpora instrumentos específicos como las Zonas de Interés Turístico (ZOIT), la planificación de infraestructura habilitante, el fortalecimiento de la asociatividad local y la coordinación multinivel, aspectos que ofrecen referencias valiosas para el diseño de estrategias turísticas de carácter transfronterizo en el ámbito del CBC.

3.3.4. Conectividad aérea

El año 2025 el total de pasajeros transportado fue aproximadamente 28,3 millones de pasajeros (doméstico + internacional), con una dinámica en la que ambos segmentos evolucionaron de manera muy diferente. El mercado doméstico cerró 2025 con aproximadamente 15,1 millones de pasajeros, levemente por debajo de los 16,4 millones de 2024.

La causa principal es la contracción de la oferta: la disponibilidad de asientos (ASK) domésticos cayó de manera sostenida desde el segundo semestre, llegando a una contracción de doble dígito (-11%) en enero 2026. Las rutas mineras del norte —Santiago–Iquique, Santiago–Calama, Santiago–Antofagasta— fueron las más afectadas, lo que sugiere que la menor actividad del sector extractivo pesó sobre la demanda cautiva de esas rutas.

Aeropuertos relevantes del norte (referencia 2025): Antofagasta se posiciona como el segundo aeropuerto del país con 684.447 pasajeros, Calama como tercero con 671.118, e Iquique en séptimo lugar con 407.945. Estos tres aeropuertos del norte tienen en común una altísima dependencia del tráfico minero.

LATAM es el operador dominante con el 68,6% del mercado interno en enero 2026, y la única aerolínea que creció (+5,9%), reforzando su posición mientras SKY se contrajo un 31,7% y JetSMART cayó un 11%.

Tráfico internacional: el segmento internacional tuvo un comportamiento diferente al doméstico: el acumulado anual rondó los 13,1 millones de pasajeros internacionales: Brasil lidera con el 26,7% del tráfico (339.908 pasajeros), seguido de Argentina con el 15,7%(200.546 pasajeros, -6,7%), Perú con 14,4% y Estados Unidos con 9,9%. Llama la atención la caída de Argentina, atribuida en el informe a menores flujos hacia/desde Buenos Aires y Mendoza, mientras que Europa (+16,7%) y Oceanía (+37,7%) crecieron con fuerza gracias a nuevas frecuencias con Madrid, Barcelona, Sydney y Melbourne.

3.3.5. Marca país y plataformas de promoción turística

La Marca Chile es la estrategia oficial y el sello de identidad que representa a la nación en el mundo. Su objetivo es promover el turismo, la inversión, las exportaciones y la cultura a través de un relato unificado basado en tres pilares: sustentabilidad, democracia y diversidad.

Es gestionada por la Fundación Imagen de Chile, encargada de articular esfuerzos tanto del sector público como privado.

Respecto a plataformas públicas de promoción turística en Chile, se diferencian por mercados:

- Chile es Tuyo (chileestuyo.cl): Constituye la plataforma oficial de promoción para el turismo interno, gestionada por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR). Este portal implementa una arquitectura de la información estructurada sobre la base de las 16 regiones político-administrativas del país, tipologías de demanda, itinerarios sugeridos y agenda de eventos. Asimismo, incorpora el canal de asistencia omnicanal "Turismo Atiende" (operativo mediante WhatsApp, call center y agenda virtual).

- ChileTravel (chiletravel.com): Es el portal oficial de promoción del destino en los mercados emisores internacionales, bajo la misma órbita de gestión de SERNATUR. Su

diseño responde a los requerimientos del turismo receptor, estructurándose en versiones multilingües y disponiendo de secciones especializadas para la gestión de prensa internacional y soporte al trade turístico (canal comercial y operadores del sector).

La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 concibe la promoción internacional como un proceso integrado al desarrollo de los destinos, orientado a fortalecer el posicionamiento de Chile mediante experiencias turísticas diferenciadas, la sostenibilidad, la inteligencia turística y la diversificación de mercados. En este marco, la promoción se articula con el desarrollo de productos, la planificación territorial y el fortalecimiento de la competitividad de la oferta.

En la misma línea, el Plan Nacional de Turismo 2024-2026 incorpora un componente específico de Promoción Nacional e Internacional, cuyas principales líneas de acción comprenden la implementación de planes de marketing nacional e internacional, el desarrollo de campañas dirigidas a mercados prioritarios, el fortalecimiento de la inteligencia de mercados mediante estudios y monitoreo de tendencias, y el mejoramiento de las plataformas de información turística para facilitar la planificación de los viajes.

Si bien estos instrumentos no identifican un listado específico de mercados estratégicos, las estadísticas recientes de SERNATUR muestran que el turismo receptivo chileno continúa concentrándose principalmente en los mercados regionales, particularmente **Argentina**, seguida por **Bolivia, Brasil y Perú**, mientras que la estrategia nacional busca fortalecer el posicionamiento internacional del país mediante la diversificación de mercados y la captación de visitantes atraídos por experiencias asociadas a la naturaleza, las áreas protegidas, la gastronomía, el patrimonio cultural y otras propuestas de alto valor agregado.

3.4. Relaciones bilaterales en turismo entre ambos países

Tanto Argentina como Chile presentan sectores turísticos con potencial de expansión significativo y con una interdependencia notable: **Argentina es el principal emisor de turistas hacia Chile, mientras que Chile es el tercer destino receptor de turistas argentinos en el exterior.**

Tabla 6. Indicadores turísticos de Argentina y Chile

Indicador (2024)	Argentina	Chile
Llegadas internacionales	6,6 millones	5,2 millones
Ingresos por turismo (USD)	4.655 millones	3.619 millones
Empleo en turismo	1,2 millones (5,5% empleo)	637.520 (6,9% empleo)
Contribución al PIB	1,7% directo / 4,4% VAB	3,3% (ref. 2019)
Principal mercado emisor	Brasil (23%)	Argentina (40%)

Fuente: ONU Turismo/CAF (2025) – Invirtiendo en Argentina; SERNATUR – Anuario de Turismo 2024; INDEC (2025). Datos 2024, provisorios donde corresponde.

El análisis del flujo de intercambio turístico entre Argentina y Chile evidencia una agenda de promoción bilateral activa, estructurada a través de los organismos oficiales de ambos países.

El pasado 5 de junio de 2026, se llevó a cabo en Santiago de Chile un encuentro estratégico entre las máximas autoridades de turismo de ambos países. El secretario de Turismo y Ambiente de la Nación Argentina, Daniel Scioli, encabezó la delegación argentina junto al embajador en Chile, Jorge Faurie. Por el lado chileno, participaron la subsecretaria de Turismo de Chile, María Paz Lagos, y el embajador de Chile en Argentina, Gonzalo Uriarte Herrera. El encuentro trabajó sobre los siguientes ejes: (i) Turismo Estudiantil, (ii): Promoción Internacional Integrada ante mercados de larga distancia (Europa, Asia, Norteamérica), (iii) Turismo de Naturaleza y Nieve, (iv) Agenda de Facilitación enfocada en optimizar los pasos fronterizos y agilizar los tránsitos de viajeros.

Figura 7. Publicación de la reciente reunión entre autoridades de turismo de Argentina y Chile



Fuente: Secretaria de Turismo y Ambiente de Argentina

Las acciones institucionales de Argentina en territorio chileno son coordinadas principalmente por el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR)y Aerolíneas Argentinas, entre las que podemos mencionar acciones como las misiones comerciales "Buy Argentina", desarrollados en Santiago de Chile con participación activa de gobiernos provinciales y destinos locales, orientados a la comercialización directa y el *networking* con operadores transandinos o la implementación de programas tarifarios especiales y estímulos aéreos dirigidos a captar la demanda del mercado chileno hacia destinos federales.

Por su parte, el Servicio Nacional de Turismo de Chile (Sernatur) despliega una estrategia omnicanal hacia el público y el empresariado argentino, participando, por ejemplo, en la Feria Internacional de Turismo (FIT) en Buenos Aires, articulando delegaciones de prestadores

registrados y activaciones diplomático-comerciales asociadas y/o a través de campañas de comunicación de temporadas, diseñada específicamente para incentivar el turismo de cercanía y facilitar los flujos en los pasos fronterizos de la cordillera.

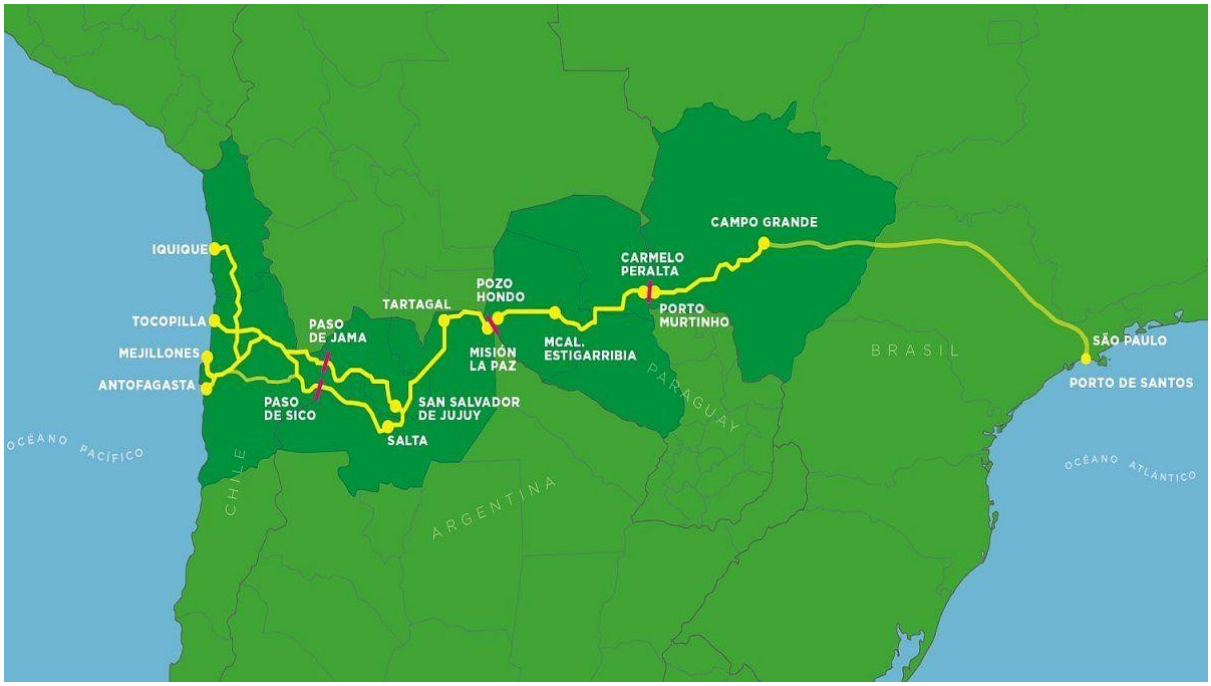
A esto se suma un desafío estructural que atraviesa el intercambio turístico entre ambos países: históricamente, los flujos turísticos entre Argentina y Chile han estado fuertemente condicionados por las variaciones del tipo de cambio y por las diferencias coyunturales de precios entre ambos países. Como consecuencia, buena parte de estos desplazamientos responde a motivaciones económicas de corto plazo —particularmente turismo de compras, vacaciones estivales o turismo de sol y playa—, generando flujos poco estables y altamente sensibles a los ciclos económicos, que también se advierte en las regiones del norte. Frente a esta realidad, el principal desafío estratégico del Corredor Bioceánico de Capricornio consiste en transformar esta dinámica coyuntural en una integración turística más estructural y sostenible, sustentada en una oferta diversificada y complementaria entre ambos países. Ello implica avanzar hacia una mayor diversificación de productos turísticos binacionales; el desarrollo de propuestas para todo el año, más allá de la temporada estival; la promoción de escapadas regionales, turismo deportivo, gastronómico, cultural y de naturaleza; estrategias de fidelización de los mercados de proximidad; campañas de promoción conjunta sostenidas en el tiempo; y una mayor articulación comercial entre ambos países.

4. Presentación general del territorio

4.1. El tramo del Corredor Bioceánico de Capricornio por el norte de Argentina y Chile

El Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) es un proyecto de integración regional de escala continental cuyo objetivo es conectar los océanos Atlántico y Pacífico a través de una red de infraestructuras viales y portuarias que atraviesa cuatro países: Brasil, Paraguay, Argentina y Chile.

Figura 8. El Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC)



Fuente: https://corredorbioceanico.org/es/

Con una extensión de más de 2.400 kilómetros, la ruta articula los puertos brasileños del Atlántico con los puertos chilenos del Pacífico, cruzando el estado de Mato Grosso do Sul, el Chaco paraguayo y las provincias argentinas de Salta y Jujuy, cruza la Cordillera de los Andes, hasta alcanzar los puertos de Antofagasta, Mejillones e Iquique en el norte chileno.

El corredor hunde sus raíces institucionales en la *Declaración de Asunción sobre Corredores Bioceánicos del 21 de diciembre de 2015*, suscrita por los presidentes de Brasil, Argentina, Paraguay y Chile.

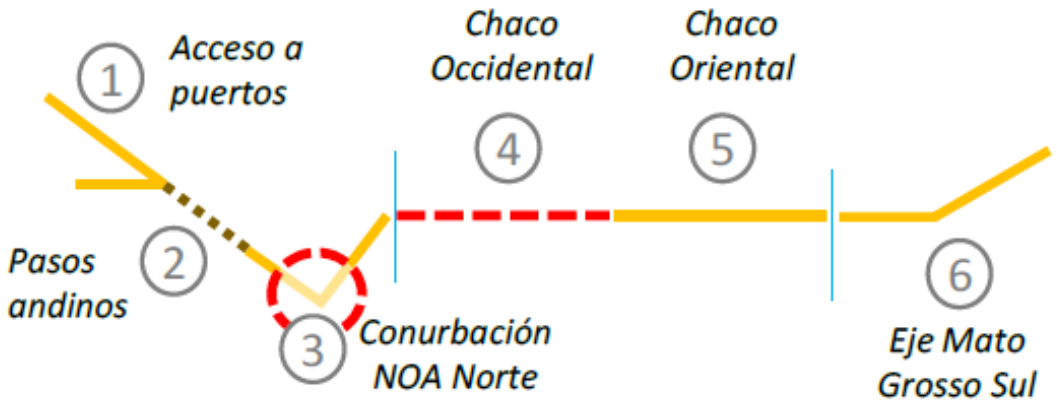
Desde entonces, se han celebrado diversos Encuentros del Corredor Bioceánico. En noviembre de 2017 se constituyó un *Grupo de Trabajo (GT)* con cinco mesas técnicas (Simplificación de Procedimientos en Frontera; Producción y Comercio; Infraestructura, Transporte y Logística; Turismo; y Red de Universidades), al que en 2024 se sumó una sexta mesa de Seguridad (Informe Final de Facilitación del Comercio y Procesos, 2026).

A escala subnacional, en 2022 los ocho territorios que componen el corredor crearon el *Foro de los Territorios Subnacionales del Corredor Bioceánico de Capricornio*, integrado por las regiones de Tarapacá y Antofagasta (Chile); las provincias de Salta y Jujuy (Argentina); los departamentos de Alto Paraguay, Presidente Hayes y Boquerón (Paraguay); y el estado de Mato Grosso do Sul (Brasil). El mismo, con foros anuales (el del 2025 se realizó en Jujuy y está previsto en Antofagasta el del 2026), opera como el principal espacio de gobernanza subnacional del corredor.

4.2. Las secciones del CBC

El Estudio de Infraestructura del Plan Maestro (PM) del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) organiza el corredor en 6 secciones funcionales, según las condiciones específicas de accesibilidad y conectividad de cada tramo.

Figura 9. Esquema de secciones de referencia a la tramificación del Corredor.



Fuente: SLOTT Consulting – SPIM

De esas seis secciones, los tres primeros corresponden al territorio en estudio, perteneciente a Chile y Argentina.

- ***Sección 1 — Acceso a Puertos (Chile):*** Tramo chileno con altos niveles de accesibilidad a los puertos de Iquique, Antofagasta y Mejillones. Compuesto por la Ruta 5 Panamericana, la Ruta 16 y la Ruta 25 (conexión Antofagasta) y la Ruta 26 (conexión Mejillones), un tramo caracterizado por un elevado tráfico correspondiente a carga minera pero que también alberga dos aeropuertos muy relevantes en el tráfico aerocomercial de Chile: el Aeropuerto Internacional Andrés Sabella (Antofagasta) y el Aeropuerto Internacional Diego Aracena (Iquique).

En esta sección, Calama (Región de Antofagasta) opera como el nodo de articulación entre las Secciones 1 y 2, constituyendo el punto de enlace entre los puertos del Pacífico y el cruce andino y que además alberga el Aeropuerto El Loa, con un destacado tráfico aéreo.

- ***Sección 2 — Pasos Andinos (zona fronteriza Chile–Argentina):*** Esta zona de alta montaña coincidente con el cruce de la Cordillera de los Andes, comprende dos rutas alternativas y es el tramo de transición entre Chile y Argentina:

  - El Paso de Jama (4.200 msnm): Ruta 27 (Chile) + RN 52 (Argentina). Completamente asfaltada y en buen estado en ambos lados, categorizada por el estudio como corredor de transporte.

  - El Paso de Sico (4.080 msnm): Ruta 23 (Chile) + RN 51 (Argentina). Asfaltada en Chile; en Argentina el tramo San Antonio de los Cobres–Sico (120 km) es de ripio y el estudio lo categoriza como eje de conexión.

En esta sección se destacan como principales ciudades del tramo: Calama y San Pedro de Atacama (Chile); San Antonio de los Cobres (ruta Sico) y Susques/San Salvador de Jujuy (ruta Jama) en Argentina.

- ***Sección 3 — Conurbación NOA Norte (Argentina: Jujuy y Salta):*** Este tramo, ya en territorio argentino integra el paso urbano por el eje metropolitano del Noroeste Argentino, comprendiendo las ciudades de San Salvador de Jujuy, Palpalá, Perico, San Pedro de Jujuy y Gral. San Martín (Jujuy), y las ciudades de Salta y General Güemes (Salta). Constituye el principal nodo de intercambio del país con Bolivia y el norte de Chile, con los aeropuertos internacionales Martín Miguel de Güemes (Salta) y Gobernador Horacio Guzmán (Jujuy).

Esta sección incluye el Ramal noreste hacia Paraguay: desde el eje Salta–Güemes la RN 34 conduce hacia Pichanal, Embarcación, Tartagal y Salvador Mazza (frontera con Bolivia), con un ramal hacia Santa Victoria Este y el Paso Misión La Paz–Pozo Hondo (frontera con Paraguay) a través de la RP 54.

Los otros tramos del corredor son los siguientes:

- ***Sección 4 — Chaco Occidental (Paraguay):*** Tramo localizado en Paraguay que conecta el Paso Misión La Paz–Pozo Hondo con Mariscal Estigarribia por la Ruta PY15.

- ***Sección 5 — Chaco Oriental (Paraguay):*** Tramo definido por la PY 15 desde la conexión con la Ruta 9 hasta la frontera con Brasil en Carmelo Peralta. La centralidad de referencia es el Nodo del Chaco Paraguayo (Filadelfia, Loma Plata).

- ***Sección 6 — Eje Mato Grosso do Sul (Brasil):*** Tramo que conecta desde la frontera Paraguay–Brasil en Porto Murtinho hasta Campo Grande (capital del estado, 900.000

habitantes), recorriendo la BR-267 hasta Jardim, y luego la BR-060 hasta Campo Grande, principal eje logístico de exportación de soja hacia el Atlántico.

4.3. Caracterización socioeconómica del área de estudio

El área de estudio comprende una población conjunta de aproximadamente 3,6 millones de personas en las cuatro jurisdicciones (Salta, Jujuy, Tarapacá y Antofagasta). A escala del corredor completo, la población del ámbito de influencia totaliza alrededor de 6,2 millones de habitantes (SLOTT Consulting – SPIM, 2026).

Otros datos que aporta el mencionado estudio sobre la población es que de esta población **el 87,4% es población urbana** y el 12,6% es población rural. Los territorios subnacionales del Corredor comparten su **condición periférica y una demografía de bajas densidades** en la mayoría de los 152 municipios que recorre. El trazado del CBC se extiende sobre una superficie total de 981.079 km2, y la mayor densidad poblacional en los territorios subnacionales corresponde a la Provincia de Jujuy (15,2 hab/km2). Por su parte, la menor densidad se observa en el departamento de Alto Paraguay (0,21 hab/km2).

Las regiones chilenas de **Tarapacá y Antofagasta presentan tasas de pobreza significativamente más bajas** que el promedio nacional chileno (10,8%), mientras que las provincias argentinas de Salta y Jujuy registran niveles de pobreza sensiblemente superiores, con una pobreza estructural más pronunciada en el NOA a pesar de la significativa actividad económica que genera el sector minero y agroindustrial (SLOTT Consulting – SPIM, 2026).

En Argentina, Jujuy: Tiene una superficie de 53.219 km² y una población de aproximadamente 771.000 habitantes (Censo 2022, INDEC). Su economía es la más orientada a servicios del área de estudio (69,6% del PBG), con presencia de actividad minera (7%) e industrial (11%). Jujuy ha emergido en los últimos años como territorio estratégico del litio en la Puna (Salinas Grandes, Cauchari-Olaroz), condición que refuerza su relevancia logística en el corredor y en energía sostenible a través de los parques solares.

Salta: Tiene una superficie de 155.488 km² (4% del territorio argentino) y una población de 1.441.351 habitantes según el Censo Nacional 2022 (INDEC), concentrada mayoritariamente en el Área Metropolitana del Valle de Lerma. Su economía representa el 2% del PBI nacional (Gobierno de Salta, 2025) y presenta una matriz diversificada en la cual las principales ramas de actividad son el comercio (13,1%), la industria manufacturera (13,3%), la agricultura y ganadería (11,0%) y los servicios inmobiliarios y empresariales (10,1%), con creciente peso de la minería (8,0%), impulsada por el litio en la Puna salteña. El turismo es otra de las actividades relevantes de la Provincia. La tasa de pobreza del aglomerado Gran Salta fue del 23,0% en el primer semestre de 2025.

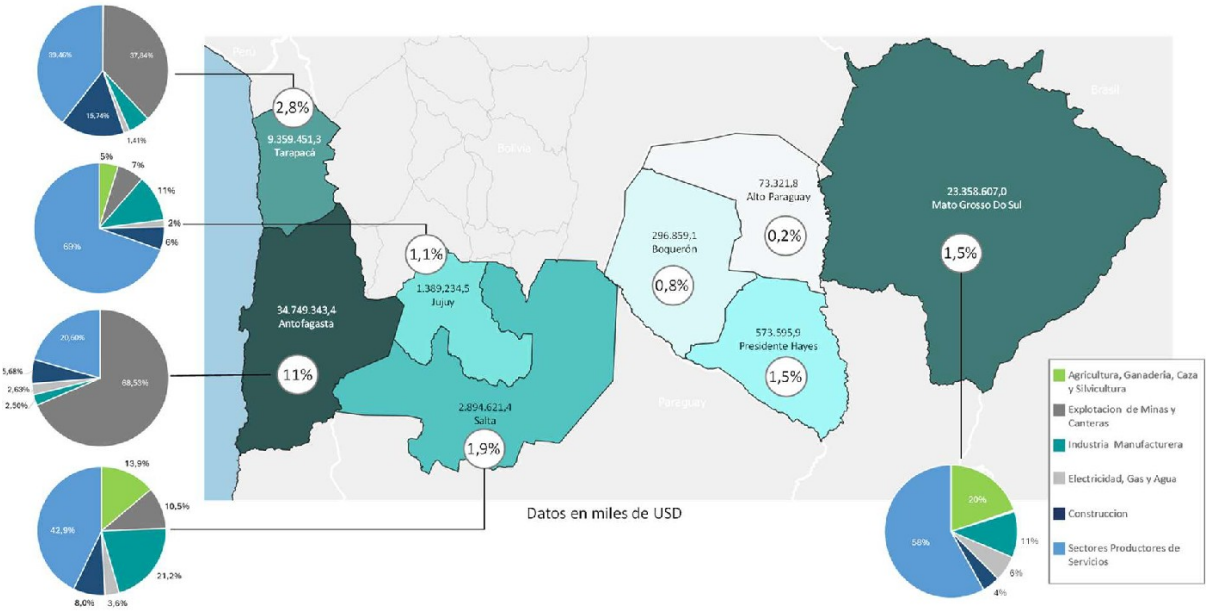
Las exportaciones de Salta y Jujuy en conjunto alcanzan en promedio 2,3 millones de toneladas anuales, con productos como maíz, legumbres, soja, cítricos, azúcar y minerales (SLOTT Consulting – SPIM, 2026).

En Chile, Antofagasta: Tiene una superficie de 126.049 km² (16,67% del territorio de Chile) y una población de aproximadamente 714.142 habitantes (proyección 2024, INE Chile). Es la

principal región minera del país y una de las más importantes del mundo: concentra el 45% del PIB minero chileno (principalmente cobre), además de litio en el Salar de Atacama. La minería y las energías limpias representan más del 70% del PIB regional (SLOTT Consulting – SPIM, 2026). La región aporta el 11% del PIB nacional de Chile (SLOTT Consulting – SPIM, 2026). Un dato relevante es que su gobernador, Ricardo Díaz Cortés, fue signatario del documento final del VII Foro del CBC y la región asumió la presidencia pro témpore del Foro Subnacional para el período 2025–2026.

Tarapacá: Tiene una superficie de 42.226 km² y una población de aproximadamente 344.000 habitantes (proyección 2024, INE Chile), con más del 90% concentrado en la conurbación Iquique–Alto Hospicio. Su economía se sustenta en la minería (37,8% del PIB minero chileno, siendo la segunda región minera del país), la Zona Franca de Iquique (ZOFRI) —con más de 1.600 empresas y un comercio de alta intensidad hacia Bolivia, Perú y otros países de América Latina— y el Puerto de Iquique, uno de los tres puertos principales del norte chileno. El PIB regional alcanzó USD 8.800 millones en 2023 (Banco Central de Chile). La tasa de pobreza regional es significativamente inferior al promedio nacional(10,8%), siendo una de las más bajas del país (SLOTT Consulting – SPIM, 2026).

Figura 10. Estructura territorial de las actividades económicas



Fuente: SLOTT Consulting - SPIM en base a estadísticas de cada país y CEPAL

4.3.1. Funcionalidades de los centros urbanos dentro del corredor

De acuerdo con lo relevado en la "Consultoría sobre Infraestructura Física y Digital del Corredor Bioceánico de Capricornio", los grandes nodos urbanos que estructuran el corredor presentan dinámicas funcionales diferenciadas que también condicionan la actividad turística. Comprender esta organización territorial es crítico, ya que las capacidades logísticas y los niveles de centralismo administrativo de cada centro repercuten de manera directa en el diseño de las políticas sectoriales, la estructuración de la conectividad aérea y la articulación de las cadenas comerciales, que frecuentemente tienden a la centralización.

A continuación, se sintetizan las principales funcionalidades de estos centros urbanos, segmentadas por su posicionamiento en el corredor:

- Antofagasta (Chile): Se consolida como un centro primario de consumo, producción y de ruptura de carga[1] multimodal (portuaria, vial y aeroportuaria). Su rol como nodo clave en la distribución y consolidación de mercancías y su envergadura portuaria le otorgan una posición macroeconómica dominante que tracciona flujos corporativos y de servicios de escala internacional.

- Calama (Chile): Actúa como un centro urbano de escala intermedia con una fuerte orientación hacia el entorno minero y el comercio exterior. Dada su proximidad estratégica a los pasos fronterizos de Jama y Sico, desempeña una función esencial en la logística del interior y la ruptura de carga, constituyendo la última gran plataforma de servicios urbanos antes de las rutas andinas de conectividad binacional.

- Iquique - Alto Hospicio (Chile): Esta conurbación destaca como un centro de comercio portuario y aeroportuario neurálgico en el norte chileno. Sus ventajas funcionales incluyen su puerto marítimo, su aeropuerto, su rol como centro de consumo regional y su Zona Franca (ZOFRI) consolidada. Estas condiciones la posicionan como una plataforma de ruptura de carga tanto nacional como internacional de gran atractivo para el desarrollo de actividades vinculadas al comercio y el turismo de compras.

- San Salvador de Jujuy y Salta (Argentina): Avanzando hacia el sector oriental del corredor, estas capitales provinciales actúan como los principales puntos estratégicos del sistema logístico y de servicios del Noroeste Argentino. Su relevancia radica no solo en su rol operativo y de conectividad vial/aeroportuaria, sino también en su profunda vinculación cultural y económica con Bolivia y sus conexiones directas hacia Chile a través de los pasos fronterizos clave.

Analizar las dinámicas de centralismo y gobernanza subnacional también es relevante: el análisis de estos centros urbanos evidencia marcadas asimetrías institucionales y distintos niveles de centralismo respecto de las capitales nacionales, variables que afectan la autonomía en la toma de decisiones turísticas y comerciales:

- ***Escenario Mixto en Argentina (Salta y Jujuy):*** A pesar de contar con una considerable capacidad local para la gestión de sus recursos y el desarrollo de políticas sectoriales autónomas (especialmente visibles en la proyección internacional de sus marcas turísticas y mineras), ambas provincias mantienen una fuerte dependencia de Buenos Aires en materia de financiamiento y diseño de políticas públicas nacionales (como la

[1] Una "ruptura de carga" ocurre en un nodo o ciudad donde las mercancías deben cambiar de medio de transporte, o bien donde un gran cargamento consolidado se divide en partes más pequeñas para su distribución (o viceversa)

regulación aerocomercial y de conectividad de cabotaje y/o las obras de infraestructura). No obstante, su localización estratégica y sus recursos identitarios les permiten consolidar vínculos económicos y turísticos transfronterizos de manera directa con Chile y Bolivia.

- ***Centralismo en Chile (Antofagasta y Tarapacá):*** El modelo político chileno exhibe una marcada centralización administrativa con eje en Santiago. A pesar de esto, las regiones de Antofagasta (gracias a su robusta industria minera) y Tarapacá (impulsada por la dinámica comercial de la Zona Franca de Iquique) han conquistado una significativa independencia económica de base privada. Esta autonomía financiera y operativa les provee una notable capacidad de influencia sobre el desarrollo regional y les otorga el músculo necesario para liderar procesos de integración transfronteriza y captación de inversiones dentro del Corredor de Capricornio.

4.4. Antecedentes de abordaje del turismo en el marco del CBC

El tramo del CBC por Chile y Argentina atraviesa uno de los espacios turísticos más singulares de Sudamérica, que combina atractivos singulares con paisajes de gran diversidad y un patrimonio cultural rico y auténtico.

Preliminarmente al diagnóstico ya se advierten ciertas condiciones compartidas que le aportan valor a la agenda turística como lo son condición astronómica (algunos de los cielos más limpios del planeta), los ecosistemas altoandinos (Puna, altiplano, salares, volcanes) que contrastan con otros biomas como el chaco, las selvas de las yungas, los desiertos costeros y las quebradas precordilleranas y el patrimonio cultural andino y colonial (sitios incaicos, pueblos originarios, arquitectura colonial).

4.4.1. Las instancias de trabajo turístico del CBC

El turismo ha sido, desde los primeros foros subnacionales del Corredor Bioceánico de Capricornio, uno de los ejes temáticos centrales del trabajo bilateral y multilateral.

Como antecedentes, el **Comité de Integración NOA–Norte Grande** es la instancia más antigua. Sus subcomisiones de turismo reúnen exclusivamente a Argentina (provincias de Salta, Jujuy y Tucumán) y Chile (regiones de Antofagasta, Tarapacá y Arica y Parinacota), con participación tanto de funcionarios provinciales y regionales como de actores privados (cámaras, operadores, universidades). A modo de ejemplo, las actas de 2018, 2019 y 2023 muestran una agenda binacional de larga data.

Por otro lado hay dos instancias paralelas que sostienen esta agenda**: la Comisión de Turismo y Cultura del Foro de los Territorios Subnacionales —que reúne** a representantes de los ocho estados subnacionales y actores privados en cada foro anual— y la **Mesa de Turismo del Grupo de Trabajo (GT) de las Cancillerías** —instancia de nivel nacional que articula a los cuatro países en el marco del Grupo de Trabajo técnico del Corredor Bioceánico Vial—.

El análisis de las últimas actas disponibles permite identificar la evolución de la agenda turística del corredor, los temas recurrentes y las brechas persistentes, y construir el marco de referencia para el presente estudio de cadena de valor del turismo.

1. La Marca Turística del Corredor: se advierte como un tema persistente y sin grandes avances: A lo largo de cuatro instancias de trabajo (IV Foro 2023, V Foro 2024, VI Foro 2025, XII GT 2025), la creación de una marca turística unificada del corredor es el punto que aparece de forma más constante y el que muestra menor avance. En la XII Reunión de las Cancillerías (noviembre 2025) se formalizó por primera vez un acuerdo con contenido específico: la marca *como submarca del isotipo del CBC, con la frase "cultura y turismo".* En la reunión de la Comisión de Turismo realizada el pasado 11 de junio, la provincia de Jujuy, en conjunto con la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu), presentó una propuesta para la realización de un concurso destinado a estudiantes de carreras afines, orientado al diseño del eslogan y de la marca turística del corredor. Asimismo, se acordó que cada región designará dos referentes para integrar el jurado de evaluación.

2. La Oferta Turística Integrada: El segundo tema más recurrente es la construcción de una oferta turística integrada y comercializable a escala del corredor. De hecho, las actas del Comité NOA Norte Grande muestran el proceso de construcción de la misma: en 2018 ya se trabaja en un calendario regional de ferias y eventos para promoción conjunta, se acuerda que cada destino será facilitador de la presencia de los otros en materia de promoción, y se propone un manual de productos turísticos integrados del Norte argentino para distribuir entre operadores chilenos. En 2019 el foco se desplaza hacia la estructuración formal de rutas: se acuerda trabajar en dos rutas integradas (una terrestre y otra aérea con borde costero) desde Antofagasta, Arica e Iquique hasta Jujuy, Salta y Tucumán. Se acuerda un Voucher Turístico que diversifique la oferta para el mercado internacional bajo la marca "Destino Desierto de Atacama". Se identifica a Brasil como el principal mercado sudamericano objetivo para ambos países y se propone desarrollar penetración conjunta en ese mercado. También se acuerda elaborar una Ruta Digital con los atractivos y servicios existentes. En 2023, el XXXIII Comité acuerda crear el Corredor Turístico Centro Andino Sur con régimen especial de transporte, tomando el Paso de Jama como eje. La primera etapa sería un piloto Jujuy–Arica y Parinacota para luego integrar al resto de las provincias. Se acuerda también crear un registro de agencias y operadores, y se propone una plataforma web con mapas interactivos actualizables.

El VII Foro de octubre 2025 es el más completo en términos de mapeo de oferta: se relevó el estado de registros de prestadores en cada territorio (Chile tiene registro nacional obligatorio con categorías voluntarias para gastronomía y guías; Paraguay registra por ley en SENATUR y a nivel departamental en Boquerón; Jujuy tiene registros de establecimientos turísticos, gastronómicos, guías y turismo activo; Salta tiene registro de hoteles, guías y prestadores; Mato Grosso do Sul también registra). Se identifica la necesidad de unificar estos registros en un Drive Regional con categorías comunes (alojamiento, gastronomía, guías y agencias).

La XII Reunión de Cancillerías consolida esta visión mediante una arquitectura de planificación turística estructurada en tres niveles.

- En primer lugar, define el **"Territorio de Imperdibles"** como el concepto paraguas que integra los grandes paisajes identitarios del corredor (Selva y Yungas, Puna y Altiplano, y Salinas).

- En un segundo nivel, establece los **Circuitos Integradores**, conformados por rutas patrimoniales, productivas y de pueblos rurales, concebidos como ejes de articulación territorial.

- Finalmente, identifica un tercer nivel integrado por los **Productos Turísticos**, entre ellos el turismo rural productivo, el turismo cultural, el enoturismo, el turismo de naturaleza, los sitios Patrimonio Mundial, las rutas escénicas y las iniciativas Best Tourism Villages. Complementariamente, incorpora un componente estratégico orientado a la promoción de inversiones privadas mediante la elaboración de un catálogo regional de **"Territorios de Oportunidad"**.

A partir de la lectura de estas actas se pueden inferir algunas brechas que generan desafíos al proceso como diferentes marcos normativos, distintos criterios de categorización y la dificultad de acceder a datos del movimiento de frontera que sean relevantes turísticamente.

La identificación de Brasil como mercado objetivo en 2019 —y la presencia de representantes de Mato Grosso do Sul y la UFGD en el VII Foro 2025— muestra una coherencia de largo plazo en la visión estratégica: el corredor no se piensa solo como producto para turistas externos sino como circuito intrarregional con Brasil como mercado emisor de alto potencial hacia el extremo pacífico.

3. La Gobernanza Turística del Corredor: A lo largo de todos los foros, la necesidad de gobernanza turística se plantea como condición habilitante para cualquier avance real. Los puntos más reiterados son: (i) La falta de continuidad entre foros, agravada por el cambio de representantes en las instituciones participantes (señalado explícitamente en el VI Foro), (ii) La ausencia de un mecanismo permanente de seguimiento entre reuniones anuales (el acuerdo de reuniones virtuales bimesuales se adoptó en el V Foro y se reiteró en los siguientes), (iii) La necesidad de que la gobernanza incorpore al sector privado para evitar que dependa solo de los ciclos políticos de los gobiernos, (iv) La ausencia de mandatos claros con financiamiento hacia las cancillerías para llevar a cabo los acuerdos subnacionales (señalada en el V Foro). La gobernanza es el tema donde la evolución entre 2018 y 2025 es más visible, pero también donde las brechas persisten con mayor claridad.

En 2018, la instancia de gobernanza era exclusivamente el Comité NOA–Norte Grande, que sesiona anualmente. En 2023, el XXXIII Comité da un paso más: acuerda revisar los

compromisos de manera virtual mensual y propone invitar al sector privado a través de representantes gremiales. El VII Foro de octubre 2025 produce la gobernanza más relevante de la Comisión Subnacional al designarse puntos focales por cada estado subnacional (Tarapacá, Antofagasta, Salta, Jujuy, Boquerón, Alto Paraguay, Presidente Hayes, Mato Grosso do Sul) y se acuerdan reuniones virtuales bimensuales coordinadas por la Presidencia Pro Tempore, y se establece que los puntos focales reportarán trimestralmente a la Comisión Ejecutiva. Se fija como horizonte la VIII Reunión del Foro en 2026 para presentar resultados. En la XII Reunión de Cancillerías (noviembre 2025) se replica la misma arquitectura a nivel nacional: punto focal por país, reuniones virtuales, informes trimestrales para la Comisión Ejecutiva, entre otros.

La comparación de los siete años documentados muestra que la gobernanza turística del corredor avanzó de la informalidad a un esquema con puntos focales, cronogramas y mecanismos de reporte (2025). Sin embargo, la ausencia de financiamiento específico para las funciones de gobernanza sigue siendo la brecha central: los puntos focales son funcionarios con otras responsabilidades, las reuniones bimensuales son virtuales sin apoyo logístico, y los mandatos de seguimiento no tienen presupuesto asociado.

4. Regulación del tránsito turístico binacional y circulación: Otro tema recurrente que aparece como problema central ya en las actas más antiguas relevadas, donde se plantea bajo la forma del "circuito cerrado": los operadores del NOA no pueden realizar circuitos abiertos en Chile (recoger turistas en un punto y dejarlos en otro), lo que dificulta la operación de rutas integradas. En 2018 se acuerda elevar la solicitud a los organismos nacionales (Ministerio de Turismo de Argentina y SERNATUR Chile) para considerar un convenio recíproco de circuitos abiertos. Como antecedente se menciona el caso "Hito Cajón" entre Bolivia y Chile.

En 2019 se acuerda formalizar la problemática ante la Comisión de Facilitación Fronteriza del Comité NOA–Norte Grande y se menciona la diferenciación entre transporte de carga y transporte de pasajeros como solución parcial ya implementada en Jama con resultados positivos. En 2023 se propone crear un régimen especial de transporte turístico terrestre y se cita como modelo el "*Corredor Turístico de los Lagos Andino Patagónico*". El VII Foro de octubre 2025 aborda el problema desde múltiples ángulos: transporte carretero (se pide consulta a cancillerías, migraciones, transporte y aduana de cada país), conectividad aérea (baja de tasas aeroportuarias, nuevas rutas, el rango de 1.000 km para países limítrofes en Argentina), y el nexo con la Comisión de Comercio y Procesos Transfronterizos. También aparece un tema nuevo y urgente: el impacto del transporte de carga en destinos turísticos, particularmente en San Pedro de Atacama, donde el flujo de camiones afecta la calidad de la experiencia turística, los sitios patrimoniales y la seguridad vial.

Se advierte que los funcionarios provinciales y regionales que integran las comisiones no tienen competencia para modificar la normativa migratoria o de transporte: esa competencia corresponde a los ministerios nacionales. El caso del impacto del transporte de carga en San Pedro de Atacama —introducido en el VII Foro 2025— agrega una dimensión nueva al

problema: la regulación del tránsito no es solo una cuestión de habilitación para operadores turísticos sino de gestión de la coexistencia entre el corredor logístico y el corredor turístico. La misma infraestructura vial sirve a dos flujos con lógicas opuestas: el turismo requiere lentitud, desvíos, paradas y calidad paisajística; la logística requiere velocidad, continuidad y eficiencia. La solución requiere intervención física (desvíos, estacionamientos, señalización diferenciada) además de normativa.

5. Comunidades originarias y protección de menores: Este eje tiene un recorrido documentado más fragmentario que los anteriores. Aparece en 2018 como mención al Qhapaq Ñan, en 2019 se registra la voluntad de las regiones de Tarapacá y Arica y Parinacota de "diversificar, fortalecer y unir la oferta turística indígena" y se menciona la participación activa de las comunidades del Alto el Loa y ADI Atacama la Grande (a través del PTI de Turismo del Desierto, CORFO) en acciones de integración y desarrollo de oferta exportable. En 2023 Chile propone fomentar el turismo con comunidades emergentes. El VII Foro de octubre 2025 aborda el tema proponiendo se trabaje sobre componentes patrimoniales culturales y paisajísticos/itinerarios con acuerdos de relevamiento y registro unificado, identificación de comunidades asociadas, constitución de mesas de diálogo para planificar líneas de desarrollo con identidad, diseño de rutas patrimoniales y sistema de cartelería identificatoria unificado. Se agrega un punto sobre artesanías como categoría específica de producto y se propone su inclusión en la página web y catálogo del corredor. Se plantea también la necesidad de vincular turismo con capacidad de carga y sistemas de evaluación de impactos.

Un elemento destacable del VII Foro es la irrupción de una problemática de protección: se solicita informe a las comisiones de Transporte e Infraestructura, Atención Ciudadana, Violencia de Género y Pueblos Originarios sobre abuso y explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en la localidad de Susques como consecuencia del flujo de transporte de carga. Es la primera vez en toda la serie documental que el turismo y el corredor se vinculan explícitamente con una problemática de protección de derechos.

La evolución de este eje muestra un muy destacable desplazamiento desde la visión de las comunidades como "atractivo turístico" hacia una visión de las comunidades como actores protagonistas sobre el tipo de turismo que las involucra.

6. Sostenibilidad: Desde el V Foro (2024), los temas de sostenibilidad ambiental se incorporaron a la agenda con fuerza creciente. Se acordó la creación de un "sello verde" de sostenibilidad tomando como referencia las metodologías chilenas.

7. Identidad territorial del CBC y conectividad: Finalmente, a lo largo de todos los foros se repiten dos brechas operativas: (i) Conectividad digital a lo largo del corredor: identificada en el IV Foro como necesidad de reactivar la página web del CBC con información de disponibilidad para los visitantes; y en el V Foro como necesidad de levantar tramos sin cobertura de señales y comunicación. Esta brecha es consistente con el diagnóstico del PM-CBC que señala ausencia de internet en los pasos de Jama y Sico y (ii) Señalización e identidad territorial del corredor como ruta turística: identificada en el IV Foro como necesidad de

realizar un mapeo turístico del corredor para la página web, y en el V Foro como necesidad de levantamiento de la ruta con información para turistas (conectividad, policías, salud, hoteles, servicios).

8. El Sector Privado: En 2018 el sector privado es destinatario de acciones pero no participa de las reuniones. En 2019 aparece la primera propuesta de articulación activa: un workshop con tour operadores de ambos países. En 2023 se acuerda explícitamente invitar al sector privado a través de representantes gremiales. En el VII Foro de 2025 la presencia privada es más visible: la Asociación de Agencias de Viajes de Jujuy participa activamente y asume el compromiso concreto de trabajar en el diseño de circuitos integrados en noventa días. También participa la Asociación de Viajes de Jujuy y hay representantes de agencias de San Pedro de Atacama. El BID propone que el sector público debe intervenir para facilitar el acceso privado al corredor.

El análisis de las actas nos permite concluir con dos ideas fuerza:

(i) el corredor como producto turístico en construcción: El CBC es hoy, desde la perspectiva turística, un proyecto en proceso de construcción. Existen destinos de jerarquía internacional en cada tramo (San Pedro de Atacama, Quebrada de Humahuaca, Pantanal), pero no existe aún un producto turístico del corredor como tal: una ruta integrada, con marca, prestadores habilitados, circuitos comercializados y gobernanza que los articule. El VI Foro reconoció este estado al plantear que el mercado necesita señales concretas de viabilidad; y la XII Reunión comenzó a darlas con la formalización de la marca, el catálogo de oferta y el sistema de datos.

Y (ii) la escala binacional como escala operativa real: mientras el producto turístico del corredor completo es una aspiración de mediano plazo, los circuitos binacionales son ya una realidad operativa, que sin duda, presenta grandes oportunidades de fortalecimiento y mejora, pero que presenta mayor potencial de desarrollo en el corto plazo. El mercado argentino hacia el norte de Chile y el flujo chileno hacia el NOA son los flujos más dinámicos del tramo andino-pacífico, pero, además de este intercambio de turistas, existen iniciativas de circuitos integrados, especialmente en el tramo andino, realizados por turistas extranjeros.

4.4.2. La inclusión de los Municipios en el CBC

La incorporación activa de los gobiernos locales a la gobernanza institucional del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) muestra interesantes avances aunque necesita seguir consolidándose. En el año 2025 se creó la *Asociación de Municipios del Corredor Bioceánico de Capricornio*, en el marco del VII Foro de los Territorios Subnacionales del CBC. Su propósito fundamental es garantizar la representatividad de los liderazgos locales frente a los estamentos nacionales y subnacionales (provincias o estados), fortaleciendo el arraigo territorial de las decisiones.

Por otro lado los municipios no solo actúan de forma aislada, sino que se integran formalmente en la planificación técnica y política a través de las comisiones técnicas como Infraestructura, Procesos Fronterizos y Turismo.

5. Diagnóstico Territorial

5.1. Diagnóstico por Provincia/Región

Para cada uno de los cuatro territorios del Corredor Bioceánico de Capricornio se presenta un documento de diagnóstico estructurado en los ocho ejes analíticos: Posicionamiento Territorial, Oferta Turística, Infraestructura y Conectividad, Demanda, Comercialización y Posicionamiento de Destino, Formalización, Calidad y Capital Humano, Sostenibilidad, Gobernanza e Institucionalidad.

La presente sección constituye el resumen ejecutivo de cada uno de los diagnósticos territoriales realizados para las regiones de Antofagasta y Tarapacá, en Chile y las provincias de Jujuy y Salta, en Argentina. **Sus versiones completas se adjuntan como Anexo I al presente documento.**

Los resultados se presentan siguiendo un criterio de orden alfabético por país y, dentro de cada país, por provincia o región: Argentina (Jujuy y Salta) y Chile (Antofagasta y Tarapacá).

5.1.1. Provincia de Jujuy (Argentina)

El presente apartado sintetiza el ***Diagnóstico de la Cadena de Valor del Turismo de la Provincia de Jujuy***. La información fue recabada a partir de fuentes primarias (entrevistas y reuniones con referentes públicos y privados del sector turístico jujeño) y secundarias (Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2035 —PETS—, Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de San Salvador de Jujuy 2030, DiPEC, CEPAL, INDEC, y los estudios del PM-CBC: Estudio de Infraestructura Física y Digital de SLOTT Consulting/SPIM e Informe de Facilitación del Comercio y Procesos Transfronterizos de Procomex/BID).

Principales resultados por eje

Eje 1 | Posicionamiento territorial

Jujuy se localiza en el extremo noroeste de la República Argentina, con una superficie de 53.219 km² y una población de 811.611 habitantes (Censo 2022), la mayor densidad del CBC (15,2 hab/km²). Se organiza en 16 departamentos y 60 municipios, distribuidos en cuatro regiones de fuerte contraste geográfico y climático: Puna, Quebrada de Humahuaca, Valles y Yungas. La economía provincial es diversificada, con predominio del sector terciario (69,6% del PBG) y dos vectores de proyección internacional: la agroindustria y la minería del litio —Jujuy integra el Triángulo del Litio junto a Chile y Bolivia, con exportaciones que alcanzaron USD 873 millones en 2022 (máximo histórico) —. En el CBC, la provincia ocupa una posición nodal: es atravesada por la Sección 2 (Pasos Andinos) y forma parte, junto con Salta y Güemes, de la Conurbación NOA Norte, uno de los seis nodos funcionales identificados a escala continental por el PM-CBC (2026).

Eje 2 | Oferta turística

La oferta turística jujeña se organiza en las cuatro regiones geográficas de la provincia, cada una con un grado de desarrollo marcadamente distinto. La Quebrada de Humahuaca —Patrimonio Mundial UNESCO desde 2003— concentra la demanda más consolidada y el 50,2% de las plazas de alojamiento provinciales (Anuario Estadístico de la Provincia de Jujuy, 2023), con el conglomerado Tilcara–Maimará–Purmamarca como centro de distribución primario. La Puna, con acceso directo al Paso de Jama, se presenta como el gran destino en desarrollo del corredor, mientras que las Yungas constituyen el territorio de mayor potencial ecoturístico no desarrollado. San Salvador de Jujuy atraviesa un proceso de transformación urbana (recuperación del Cabildo Histórico, Centro Cultural y Museo Lola Mora, Parque Xibi Xibi) orientado a consolidarse como destino en sí mismo, más allá de su función tradicional de nodo logístico. Entre los productos innovadores con proyección binacional se destacan el Tren Solar de la Quebrada —el primero de Latinoamérica impulsado por energía solar—, la Ruta de los Cielos (astroturismo certificado Starlight) y el reconocimiento internacional de Maimará (2025) y Caspalá (2021) como Best Tourism Village.

Eje 3 | Infraestructura y conectividad

El Aeropuerto Internacional Gobernador Horacio Guzmán (JUJ), en Perico, es el único aeropuerto internacional de la provincia y el 3.° del NOA y 14.° del país por pasajeros, con 493.000 pasajeros movilizados en 2025. En el primer semestre de 2026 se anunció un vuelo internacional directo Jujuy–Iquique operado por Paranair que, a la fecha, no ha comenzado a operar. La red vial se estructura en torno a cuatro rutas nacionales (RN 9, RN 52, RN 40 y RN 34), con la RN 52 —eje binacional hacia el Paso de Jama— totalmente asfaltada. La cartera de proyectos del PM-CBC en Jujuy incluye la pavimentación de la RP 79, el Bypass de Humahuaca y postas camioneras en Volcán y Susques.

El Paso de Jama (4.200 msnm) es el único corredor del CBC habilitado para el tránsito internacional de cargas pavimentado hacia el Pacífico y el principal acceso terrestre para turistas que combinan Atacama con Jujuy y Salta, aunque el Informe de Facilitación del Comercio del PM-CBC documenta brechas relevantes al respecto, coincidentes con lo manifestado por los referentes públicos de la provincia y que se describen en la siguiente tabla.

Tabla 7. Problemáticas en el Paso de Jama

Problemática Identificada	Descripción y Detalles del Informe
Control migratorio manual, basado en papel, unilateral y descoordinado	El control migratorio en los pasos del CBC —incluyendo Jama— se caracteriza por su ejecución manual, presencial y basada en documentación física, sin plataformas digitales para validación previa, seguimiento de flujos o verificación anticipada de antecedentes de conductores. Cada autoridad nacional realiza controles de forma aislada, sin interoperabilidad técnica ni coordinación funcional.
Ausencia de control migratorio chileno en el área de carga del ACI de Jama	Desde el año 2014 la Policía de Investigaciones de Chile (PDI) cesó sus operaciones en el sector de cargas del Área de Control Integrado (ACI) de Jama por limitaciones técnicas relacionadas con la seguridad de la red de datos en esa área. La PDI pasó a ejecutar los procedimientos en un único punto, concentrando en una misma fila a turistas y transportistas.
Cobro de tasa migratoria en Argentina, diferente de los demás países del CBC	Argentina es el único país del CBC que cobra una tasa migratoria a choferes de transporte internacional de carga ($1.000 pesos argentinos por persona). El pago es manual, presencial y en efectivo, entregando recibo en papel. El funcionario debe consolidar los pagos y depositarlos físicamente en el Banco Nación con una planilla manual. La tasa aumentó un 900% en 2024.
Horarios y feriados divergentes entre organismos de control	Existe divergencia horaria entre organismos de distintos países. Numerosas fronteras terrestres del CBC ven impactada su operación por bloqueos parciales o demoras debido a la inactividad de uno de los lados durante feriados no compartidos o jornadas laborales reducidas.

Fuente: el Informe de Facilitación del Comercio del PM-CBC

Eje 4 | Demanda turística

Jujuy registró más de 1,4 millones de arribos turísticos en 2025 (+56% respecto de 2015), con 4.035.717 pernoctes y una estadía media de 2,89 noches en ascenso sostenido. El impacto económico superó los USD 315 millones (7,5% del PBG) y se generaron 28.000 puestos de trabajo directos. El turismo es predominantemente nacional (81%), con Buenos Aires como principal mercado emisor (54%); el turismo internacional (19%) está liderado por Brasil (18%), seguido de Francia-España (14%), Chile (8%) —tercer mercado internacional, con alto potencial de circuitos binacionales— y Uruguay (7%). Las motivaciones principales son el turismo de naturaleza (44%), el cultural (31%) y la gastronomía (20%); el 61% de los visitantes accede en automóvil y el 54% ya había visitado la provincia previamente, lo que refleja una sólida fidelización.

Eje 5 | Comercialización y posicionamiento

La marca "Jujuy, Energía Viva" (2017) se apoya en una presencia digital consolidada (Instagram: 431.000 seguidores; Facebook: 358.000) y en una participación sostenida en las principales ferias internacionales del sector —ITB Berlín, WTM Latin America, FITPAR e IFTM Top Resa—, integrando los stands institucionales coordinados por INPROTUR. Sin embargo, se observa una marcada asimetría binacional en la comercialización: mientras Jujuy registra una presencia sólida en los catálogos de operadores argentinos —casi siempre en combinación con Salta—, su inclusión en las carteras comerciales chilenas es todavía marginal. La

propuesta de circuitos de AJAVYT constituye un antecedente concreto de articulación comercial formal con operadores chilenos, en un contexto reforzado por la apertura de la primera oficina internacional de ZOFRI (Zona Franca de Iquique) en San Salvador de Jujuy.

Eje 6 | Formalización, calidad y capital humano

El sector turístico jujeño es intensivo en mano de obra, con alto componente estacional e informal, especialmente en la Quebrada y la Puna; la informalidad laboral del sector duplica la media nacional. El Programa Provincial de Capacitación en Turismo (CAPTUR), activo desde 2016, constituye el principal instrumento de formación continua, complementado por la oferta de grado y pregrado de la Universidad Nacional de Jujuy (Tecnicatura y Licenciatura en Turismo) y otras instituciones terciarias. Persiste una brecha de recursos humanos capacitados. En materia de calidad, seis establecimientos de alojamiento cuentan con el Sello Hoteles Más Verdes y 212 empresas distinguidas en diferentes programas de calidad.

Eje 7 | Sostenibilidad

La iniciativa Jujuy Verde: Carbono Neutral 2050 (Decreto Provincial N.° 1169/2016) enmarca la política climática provincial, con el turismo sustentable incorporado como eje explícito de la estrategia de mitigación. El norte de la provincia presenta una vulnerabilidad climática documentada (incremento de 0,7 °C en la temperatura media, cambios en el régimen de precipitaciones). Jujuy destina el 40% de su territorio a áreas naturales protegidas —muy por encima de otras provincias argentinas—, aunque enfrenta tensiones estructurales diferenciadas por región: masificación y gentrificación en la Quebrada de Humahuaca, fragilidad ambiental de los salares y lagunas altoandinas de la Puna por conflicto minero-turístico, y avance de la frontera agrícola sobre las Yungas.

Eje 8 | Gobernanza e institucionalidad

La institucionalidad turística se articula entre el Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy, el Consejo Consultivo de Turismo —creado en 2017 con participación empresarial— y el Consejo Provincial de Turismo (COPROTUR, Ley 5319), de anclaje municipal y territorial. El marco normativo sectorial es amplio y específico: Ley 5737 (alojamientos turísticos), Ley 6041 (turismo activo), Ley 6308 (guías de turismo), Ley 6403 (GIRSU) y Ley 6080 (áreas naturales protegidas). Se dispone además de un Registro Único de Prestadores y Empresas Turísticas (RUPPE) y de un registro específico para guías de turismo (RUPEGAT).

Conclusiones

La Provincia de Jujuy cuenta con una base turística en expansión sostenida, respaldada por instrumentos de planificación (PETS 2035, Plan SSJ 2030), una marca-destino consolidada y una posición geoestratégica única en el CBC como sede del paso fronterizo con mejor infraestructura del corredor. Su crecimiento en la última década —de USD 75 millones y

18.000 empleos (2015) a USD 315 millones y 28.000 empleos (2025) — confirma la trayectoria ascendente del sector.

No obstante, el potencial de integración turística binacional con el norte de Chile no se encuentra aun plenamente materializado: la propuesta de circuitos de AJAVYT es un antecedente concreto pero todavía acotado en escala, la presencia de la oferta jujeña en las carteras comerciales chilenas es marginal, y el esquema operativo de "circuitos espejo" —sumado a las brechas de interoperabilidad aduanera y migratoria en el Paso de Jama— limita la conversión de la complementariedad de atractivos en flujos turísticos binacionales de escala comparable.

En paralelo, el diagnóstico evidencia una marcada concentración territorial de la oferta en la Quebrada de Humahuaca frente a una Puna y unas Yungas de alto potencial diferencial pero aún en proceso de desarrollo turístico aún incipiente, con infraestructura básica limitada y ausencia de agencias de excursiones locales en el caso de la Puna. La tensión creciente entre el tránsito de cargas —minero y de comercio exterior— y la experiencia turística sobre la RN 52 constituye, además, un desafío de convivencia territorial que requiere atención en el corto plazo, particularmente en Volcán y Susques.

Aun así, la oferta turística jujeña muestra señales claras de renovación y diversificación: la propuesta de glampings de alta gama en la Puna, el trekking Tilcara – Calilegua, el Tren Solar de la Quebrada, la Ruta de los Cielos y el reconocimiento internacional de Maimará y Caspalá como Best Tourism Village, entre otras iniciativas que amplían el portafolio tradicional del destino con propuestas de mayor valor y proyección binacional.

Tabla 8. Indicadores turísticos de la Provincia de Jujuy

TERRITORIO		
Territorio	Superficie total	53.219 km² (IGM, 1979)
Territorio	Población total	811.611 hab. (Censo 2022, INDEC)
Territorio	División administrativa	16 departamentos / 60 municipios
Territorio	Posición en el CBC	Nodo funcional NOA Norte (con Salta y Güemes); único paso con Complejo Integrado operativo para todo tránsito (Paso de Jama)
DEMANDA TURÍSTICA		
Demanda	Turistas anuales	+1.400.000 (2025); +56% vs. 2015
Demanda	Pernoctes totales	4.035.717 (2025)
Demanda	Estadía media	2,89 noches (verano 2025)
Demanda	Tasa de ocupación hotelera	54% (2025); 60,3% (2023)
Demanda	Turismo internacional	19% del total; Chile 8% (3.er mercado internacional)
Demanda	Principal mercado nacional	Buenos Aires (54%), Córdoba (10%), Santa Fe (6%)
Demanda	Vía de acceso predominante	Automóvil (61%), avión (18%), colectivo (16%)
OFERTA — PLANTA TURÍSTICA		
Planta	Establecimientos de alojamiento	417 habilitados (2023); PETS reporta 12.400 plazas (2024)
Planta	Plazas de alojamiento	12.137 plazas (2023)
Planta	Concentración territorial	Quebrada 50,2%; Valles 33,3%; Yungas 9%; Puna 7,6% (2023)
Planta	Agencias de viaje habilitadas	66 (2023): 53 Valles, 9 Quebrada, 3 Yungas, 1 Puna
Planta	Agencias asociadas a AJAVYT	28 (19 mixtas, 7 emisivas, 4 receptivas)
Planta	Certificaciones de calidad	6 hoteles con Sello Hoteles Más Verdes
CONECTIVIDAD		
Conectividad	Aeropuerto principal	Internacional Gobernador Horacio Guzmán (JUJ), Perico
Conectividad	Pasajeros totales 2025	493.000 (511.000 en 2024)
Conectividad	Ranking nacional	3.° del NOA; 14.° del país
Conectividad	Conexiones activas	Aerolíneas Argentinas (25 frec./sem.), FlyBondi (21), Paranair (2); ruta Jujuy–Iquique anunciada en 2026, aún sin operar
Conectividad	Paso fronterizo principal (Chile)	Paso de Jama (RN 52 / Ruta 27CH, 4.200 msnm), 8:00-23:00 hs
Conectividad	Tramo vial crítico CBC	RP 79 Abra Pampa-Salinas Grandes (USD 65 M); Bypass Humahuaca (USD 8 M); postas camioneras Volcán/Susques (USD 18 M)
ECONOMÍA DEL TURISMO		
Economía	Participación en el PBG	7,5% (2025)
Economía	Empleo directo	28.000 puestos (2025), frente a 18.000 (2015)

TERRITORIO		
Economía	Impacto económico	USD 315 M (2025), frente a USD 75 M (2015)
GOBERNANZA E INSTITUCIONALIDAD		
Gobernanza	Autoridad de aplicación	Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy
Gobernanza	Instrumento de planificación vigente	PETS 2035 (Ley Provincial N.° 5198)
Gobernanza	Plan municipal	Plan de Desarrollo Turístico Sostenible SSJ 2030
Gobernanza	Articulación público-privada	Consejo Consultivo de Turismo (2017); COPROTUR (Ley 5319)
SOSTENIBILIDAD Y ÁREAS PROTEGIDAS		
Sostenibilidad	Áreas naturales protegidas	40% del territorio provincial (Ley 6080)
Sostenibilidad	Política climática	Jujuy Verde: Carbono Neutral 2050 (Decreto 1169/2016)
Sostenibilidad	Riesgo territorial	Fragilidad de salares/lagunas altoandinas (Puna) por conflicto minero-turístico; masificación en la Quebrada

Fuentes: DiPEC Jujuy (2022-2026); MCT Jujuy (2025); PETS 2035; INDEC Censo 2022; Estudio de Infraestructura PM-CBC (SLOTT/BID, 2026); Informe de Facilitación del Comercio (Procomex/BID, 2026); AJAVYT (2026).

5.1.2. Provincia de Salta (Argentina)

La información fue recabada a partir de fuentes primarias (entrevistas con actores clave del sector público y privado) y secundarias (informes estadísticos del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, datos de ANAC, INDEC, CEPAL, los Planes Maestros del CBC y planes estratégicos provinciales vigentes).

Principales resultados por eje

Eje 1 | Posicionamiento territorial

Salta es la quinta provincia más extensa de Argentina (155.488 km²), con aproximadamente 1,4 millones de habitantes y una posición geopolítica única: constituye el único nodo argentino del CBC que articula simultáneamente los flujos hacia el Pacífico (Chile) y hacia el norte (Bolivia y Paraguay). El PM-CBC (2026) la identifica como parte de la Conurbación NOA Norte, uno de los seis nodos funcionales del corredor a escala continental. Su diversidad biogeográfica —Puna, Valles Calchaquíes, Yungas y Chaco— configura una base diferencial para el desarrollo turístico, complementada por una economía provincial diversificada con creciente protagonismo de la minería del litio y los minerales críticos.

Eje 2 | Oferta turística

Con muchos años de desarrollo turístico, Salta presenta una oferta turística bien estructurada. A nivel de planificación turística, la oferta turística provincial está organizada en siete regiones turísticas (Plan LIDERAR), con 16 íconos turísticos de alto reconocimiento, más de 300 elementos identitarios y 11 submarcas. Los ejes de mayor dinamismo comercial son las excursiones regulares, el turismo cultural (visita a museos, pueblos, ferias y mercados artesanales, etc.), el enoturismo (Vuelta a los valles Calchaquíes), el activo y de aventura, la

gastronomía de identidad y el turismo MICE. La plataforma digital oficial de experiencias (experiencias.turismosalta.gov.ar) articula la oferta más innovadora.

La planta de servicios turísticos provinciales registra 721 establecimientos de alojamiento habilitados con un total de 22.178 plazas, distribuidas en tres categorías: hoteles (205 establecimientos, 12.755 plazas), establecimientos parahoteleros (307 establecimientos, 8.349 plazas) y alojamiento temporario (209 establecimientos, 1.074 plazas). La distribución territorial es marcadamente concentrada: el 61 % de las plazas corresponde a la Ciudad de Salta y sus destinos cercanos, seguida por los Valles Calchaquíes con el 18 %. Regiones de vinculación con el corredor —como la Puna de los Andes y Selva de Montaña— concentran en conjunto apenas el 9 % de la planta disponible, lo que refleja una brecha estructural de capacidad en los territorios fronterizos. En materia de operadores, la provincia cuenta con 197 agencias de viaje habilitadas, 263 guías de turismo registrados (167 bilingües), 68 prestadores de enoturismo y 45 prestadores de turismo alternativo y de aventura.

Desde el punto de vista del grado de desarrollo, el sistema turístico salteño presenta, como las otras regiones, distintos estadios. La Ciudad de Salta y su entorno (San Lorenzo, La Caldera, Vaqueros) configuran el núcleo de mayor consolidación, con infraestructura de servicios, conectividad y posicionamiento. Dentro de los Valles Calchaquíes, localidades como Cafayate y Cachi han alcanzado un desarrollo sólido, mientras que otras localidades del mismo circuito mantienen un perfil más emergente, con oferta incipiente y menor volumen de visitantes, situación que se repite en el área conocida como Valle de Lerma, ubicada estratégicamente entre la Ciudad de Salta y el Valle Calchaquí. En el extremo opuesto, el Eje Norte (RN 34, Región Selva de Montaña) y la Puna salteña representan los territorios de menor aprovechamiento turístico relativo: el diagnóstico del Plan LIDERAR los clasifica como los de más bajo desarrollo dentro de la estructura provincial. En el caso de la Puna, localidades como Tolar Grande —con atractivos de alta singularidad paisajística— han visto, además, su dinámica turística condicionada por el avance de la actividad minera, que en algunos casos desplazó o dificultó el desarrollo de servicios turísticos locales.

Un segmento de operadores receptivos comercializa circuitos transfronterizos hacia Chile (San Pedro de Atacama vía Paso de Jama) y Bolivia (Salar de Uyuni), aunque bajo el esquema operativo "espejo" que restringe la escala de la oferta.

Eje 3 | Infraestructura y conectividad

El Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes (SLA) es el principal hub aéreo del NOA y el único nodo del CBC argentino con conexiones internacionales directas (Lima, Panamá, Asunción). Registró 1.469.076 movimientos de pasajeros durante 2025. La conectividad terrestre presenta contrastes territoriales marcados: el eje Sico (RN 51) —estratégico para el corredor binacional con Chile— presenta su tramo crítico (San Antonio de los Cobres–Paso de Sico, 120 km) sin pavimentar. Son muy relevantes, en este marco, los últimos anuncios del Gobierno Provincial: financiamiento del BID por USD 100 millones para su pavimentación. El Paso de Sico opera desde junio de 2026 en modalidad "Marcha Blanca" con plena habilitación.

Eje 4 | Demanda turística

Salta recibió aproximadamente 2,2 millones de turistas en 2025 según registros hoteleros (3,1 millones con datos de movilidad). La estadía media es de 3,9 noches y la tasa de ocupación hotelera provincial promedió el 45,1 %. El mercado interno es predominante (Buenos Aires, Tucumán, Jujuy, Córdoba). Los turistas internacionales representan el 12 % del total (estimados en 262.000 visitantes), con Brasil como principal mercado, seguido de Uruguay, Francia, Alemania y Chile. El mercado chileno, aunque modesto en términos absolutos (6 % del internacional), es considerado “estratégico” por los representantes del sector.

Eje 5 | Comercialización y posicionamiento

La marca "Salta, Tan Linda que Enamora", consolidada desde 2008-2009, es una de las estrategias de marca-destino más reconocidas de Argentina, con múltiples premios Mercurio (2010, 2022, 2024). La estrategia combina canales tradicionales, plataformas digitales (visitsalta.ar, voyasalta.ar), redes sociales y acciones con prensa, influencers.

En términos de posicionamiento digital, la estrategia de marca "Salta, Tan Linda que Enamora" se apoya en el portal oficial Visit Salta (visitsalta.ar) y en la cuenta @visitsalta, activa en Instagram (220.000 seguidores), Facebook (536.000 seguidores) y YouTube (@VisitSalta_oficial, 3.740 suscriptores). La provincia complementa su presencia con las plataformas voyasalta.ar (paquetes con beneficios para turistas nacionales e internacionales) y experiencias.turismosalta.gov.ar (catálogo de experiencias verificadas en naturaleza, cultura, enoturismo, entretenimiento y eventos). Esta arquitectura digital multicanal, constituye uno de los activos de comercialización más desarrollados del norte argentino, aunque el sector privado identifica la necesidad de actualizar y ampliar la estrategia para responder mejor a los nuevos perfiles y canales de demanda.

La articulación comercial binacional con Chile cuenta con antecedentes, aunque presenta brechas de formalización y continuidad: los operadores de Salta reconocen que el flujo emisor hacia el norte chileno supera ampliamente al flujo receptivo desde Chile, y los operadores chilenos señalan que los vínculos comerciales se han diluido. No existen productos binacionales formalizados de circulación regular.

Eje 6 | Formalización, calidad y capital humano

El sector turístico genera aproximadamente 51.432 puestos de trabajo directos e indirectos (2024). La tasa de informalidad laboral provincial fue del 31,9 % en el tercer trimestre de 2025, con mayor incidencia en el turismo por su composición mayoritaria de microempresas y emprendimientos familiares. La oferta formativa incluye 13 sedes activas (nivel terciario y universitario), con la UCASAL como referente regional. Se identifican brechas en perfiles especializados: guías de alta montaña, guías con dominio de idiomas extranjeros y competencias para la atención de mercdos internacionales.

Eje 7 | Sostenibilidad

La provincia cuenta con un plan de Cambio Climático que muestra impactos diferenciados afectan los cuatro circuitos turísticos provinciales: el Circuito Puna y Andino —de mayor relevancia para el CBC— enfrenta retroceso de glaciares, reducción de precipitaciones y escasez hídrica crónica. La RN 51, eje del corredor hacia Chile, registra cortes recurrentes en badenes por precipitaciones torrenciales.

El marco institucional de sostenibilidad está relativamente avanzado (Plan LIDERAR, Programa Km 0, Turismo Comunitario), aunque no existe un programa específico de sostenibilidad dentro de la cartera.

El sector empresarial ha avanzado en certificaciones como el programa “Hoteles más verdes” o vinculadas el Sistema Argentino de Calidad Turística y hoy registra 271 certificaciones de calidad vigentes (2026), de las cuales 28 corresponden al Programa "Hoteles más verdes".

Eje 8 | Gobernanza e institucionalidad

La gobernanza turística de Salta es una de sus fortalezas más distintivas a escala nacional. El Ministerio de Turismo y Deportes cuenta con rango ministerial, un Consejo Asesor formal de articulación público-privada y una red consolidada de cámaras sectoriales. El Plan LIDERAR (que tiene un horizonte 2027) y el Plan Salta 2030 (en actualización hacia 2050) ofrecen un marco de planificación aunque se requerirá la actualización del plan sectorial. La normativa sectorial es comprehensiva, aunque se encuentra en proceso de actualización para adecuarse a las nuevas modalidades del turismo. Se identifica disponibilidad de instrumentos financieros de fomento (CFI, Banco Nación, banca privada) para la inversión turística.

Conclusiones

La Provincia de Salta cuenta con una base turística sólida y diferenciada, respaldada por institucionalidad madura, planificación de largo plazo (que requiere iniciar el proceso de actualización), una marca-destino consolidada y una conectividad aérea competitiva a escala nacional. Su posición en el CBC es estructuralmente estratégica siendo el único nodo argentino con articulación simultánea hacia el Pacífico (Chile) y el norte (Bolivia y Paraguay). De hecho su conectividad aérea con los hub de Panamá, Lima y San Pablo, constituye un fuerte aporte al territorio, pero está subaprovechada al no contar con conectividad aérea aún con el norte de Chile.

No obstante, el potencial de integración turística binacional Argentina-Chile no se encuentra aún materializado en productos formalizados y regulares, canales de comercialización conjuntos ni en flujos turísticos de escala comparable a los que la complementariedad de atractivos haría posible. Las barreras operativas en los pasos fronterizos, el estado de la infraestructura vial y la ausencia de un marco normativo específico para el tránsito turístico transfronterizo constituyen los obstáculos más relevantes.

En paralelo, y más allá de la dimensión binacional del corredor, el diagnóstico pone de relieve que Salta enfrenta una agenda interna de renovación de su sistema turístico. El sector privado identifica la necesidad de actualizar la estrategia y "repensar" el destino. Se plantea también fortalecer la infraestructura turística en destinos intermedios y emergentes, continuar con la puesta en valor de recursos aún no activados —especialmente vinculados a recursos y áreas naturales y patrimonio cultural —, así como "renovar" los sitios turísticos más visitados y revisar el marco de incentivos para la inversión privada. Un desafío transversal es el fortalecimiento de la inteligencia de mercados: las estadísticas sectoriales no siempre están disponibles con la regularidad y el desagregado territorial necesarios para la toma de decisiones, lo que limita la capacidad de monitoreo y ajuste estratégico tanto del sector público como del privado.

Aún así, la oferta turística ofertada muestra señales de renovación y diversificación a través de propuestas de mayor enfoque experiencial. Se identifican iniciativas innovadoras en distintos ejes —turismo astronómico, observación de aves, turismo rural comunitario con base en comunidades originarias, experiencias gastronómicas de identidad territorial, turismo de bienestar y circuitos de turismo activo de nicho— que amplían y enriquecen el portafolio tradicional del destino. Estas propuestas emergen tanto desde operadores privados especializados como desde las propias comunidades locales, y representan un activo diferencial de autenticidad y valor cultural. Sin embargo, en la mayoría de los casos se trata de emprendimientos con capacidades comerciales aún incipientes y baja visibilidad en los principales mercados emisores.

Tabla 9. Indicadores turísticos de la Provincia de Salta

DIMENSIÓN	INDICADOR	DATO (Salta, 2025-2026)
TERRITORIO		
Territorio	Superficie total	155.488 km²
Territorio	Población total	1.441.351 hab. (Censo 2022)
Territorio	División administrativa	23 departamentos / 60 municipios
Territorio	Posición en el CBC	Nodo funcional NOA Norte; articulación Pacífico (Chile) y Norte (Bolivia/Paraguay)
DEMANDA TURÍSTICA		
Demanda	Turistas anuales (registros hoteleros)	2.209.410 (2025)
Demanda	Turistas anuales (Big Data móvil)	3.096.132 (2025)
Demanda	Estadía media	3,9 noches (2025)
Demanda	Tasa de ocupación hotelera	45,1 % promedio anual (2025)
Demanda	Turistas internacionales	262.000 est. (12 % del total, 2025)
Demanda	Mercado chileno	6 % del total internacional; 4.° mercado en invierno 2025
Demanda	Principal mercado nacional	Buenos Aires (18 %), Tucumán (12 %), Jujuy (10 %)

DIMENSIÓN	INDICADOR	DATO (Salta, 2025-2026)
Demanda	Vía de acceso predominante	Vehículo particular (56 %), avión (24 %), colectivo (16 %)
OFERTA — PLANTA TURÍSTICA		
Planta	Establecimientos de alojamiento	721 habilitados (MTD Salta, 2025)
Planta	Plazas de alojamiento	22.178 plazas (hoteles 12.755 / parahoteleros 8.349 / temporario 1.074)
Planta	Concentración territorial	61 % en Ciudad de Salta y destinos cercanos; 18 % Valles Calchaquíes
Planta	Agencias de viaje habilitadas	197 (Registro Nacional FAEVYT, 2025)
Planta	Guías de turismo registrados	263 (167 bilingües)
Planta	Prestadores enoturismo	68 habilitados
Planta	Certificaciones de calidad	271 (incl. 28 "Hoteles más verdes")
CONECTIVIDAD		
Conectividad	Aeropuerto principal	Internacional Martín Miguel de Güemes (SLA)
Conectividad	Pasajeros totales 2025	1.469.076 (cabotaje + internacional)
Conectividad	Ranking nacional	7.° cabotaje; 5.° internacional del interior
Conectividad	Conexiones internacionales activas	Lima, Panamá, Asunción (+ Río de Janeiro desde dic. 2026)
Conectividad	Paso fronterizo principal (Chile)	Paso de Sico (4.080 msnm) — habilitado en "Marcha Blanca" desde jun. 2026
Conectividad	Tramo vial crítico CBC	RN 51: San Antonio de los Cobres–Paso de Sico (120 km sin pavimentar; financiamiento BID USD 100 M)
ECONOMÍA DEL TURISMO		
Economía	Participación en el VAB provincial	1,6 % (servicios de hotelería y restaurantes, 2023)
Economía	Empleo directo e indirecto	~51.432 puestos (2024, est. SIPA/EPH)
Economía	Gasto diario promedio del turista	ARS 107.074 (verano 2025) / ARS 117.022 (Semana Santa 2025)
GOBERNANZA E INSTITUCIONALIDAD		
Gobernanza	Autoridad de aplicación	Ministerio de Turismo y Deportes (rango ministerial)
Gobernanza	Instrumento de planificación vigente	Plan Estratégico de Turismo LIDERAR (actualización 2025)
Gobernanza	Plan de desarrollo provincial	Plan Salta 2030 / actualización en curso a horizonte 2050
Gobernanza	Articulación público-privada	Consejo Asesor de Turismo (sesión mensual); red de cámaras sectoriales y municipales
SOSTENIBILIDAD Y ÁREAS PROTEGIDAS		
Sostenibilidad	Áreas protegidas nacionales (APN)	4 (PN Los Cardones, PN El Rey, PN Baritú, RN El Nogalar de Los Toldos)
Sostenibilidad	Superficie de bosques nativos	6.774.008 ha (mayor superficie del país, 2019)

DIMENSIÓN	INDICADOR	DATO (Salta, 2025-2026)
Sostenibilidad	Impacto del cambio climático	Aumento de +0,7 °C (1960-2010); proyección +0,5 °C a +2 °C hacia 2039 (RCP 4.5)
Sostenibilidad	Riesgo vial climático	RN 51 (Campo Quijano) con cortes recurrentes por torrenciales; afecta eje Sico-Chile

Fuentes: Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (2025/2026); ANAC (2025); INDEC Censo 2022; PM-CBC Estudio de Infraestructura SLOTT/BID (2026); SIPA/EPH (2024); Plan LIDERAR (2025); Informe Salta 360 CES (2026).

5.1.3. Región de Antofagasta (Chile)

La información fue recabada a partir de fuentes primarias (entrevistas y reuniones con actores clave del sector público y privado en Antofagasta y San Pedro de Atacama) y secundarias (Anuario de Turismo 2024 y Dashboard de Turismo Receptivo de SERNATUR, EMAT, ENE/INE, SII, Censo 2024, CASEN 2024, Estudio de Infraestructura del PM-CBC de SLOTT Consulting–SPIM, e instrumentos de planificación regional vigentes).

Principales resultados por eje

Eje 1 | Posicionamiento territorial

La Región de Antofagasta ocupa un posicionamiento estratégico como nodo terminal pacífico del CBC, con doble conexión terrestre con Argentina a través de los Pasos de Jama y Sico. Con 126.049 km² (16,67% del territorio chileno) y 635.416 habitantes (Censo 2024), concentrados en Antofagasta ciudad (401.096 hab.) y Calama (166.334 hab.), la región combina un perfil económico dominado por la minería del cobre y el litio (57% de la actividad económica regional, 45% del PIB minero de Chile) con una infraestructura logística de escala internacional (Puerto de Antofagasta, Puerto de Mejillones, FCAB) y un liderazgo mundial en infraestructura astronómica (Paranal, ALMA y ELT en construcción). El turismo constituye el tercer pilar económico regional, con 24.270 personas ocupadas en Actividades Características del Turismo (ACT) en 2024. En el CBC, el Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting–SPIM, 2026) identifica a Antofagasta como centro primario de comercio portuario y aeroportuario, y a Calama como centro intermedio orientado al entorno minero.

Eje 2 | Oferta turística

La oferta se organiza en cinco destinos con distinto grado de consolidación: San Pedro de Atacama (consolidado-maduro, principal hub receptor de turistas del corredor), Antofagasta ciudad (consolidado, turismo urbano y MICE, pero muy abocado a atender las demandas de la actividad minera y logística), Calama–Alto El Loa (consolidado en expansión, patrimonio minero y arqueológico), María Elena–Sierra Gorda (en desarrollo, patrimonio salitrero) y el litoral Mejillones–Tocopilla–Taltal (emergente, en proceso de desestacionalización con un fuerte impulso del PTI Turismo Costero de CORFO).

El eje Altiplano-Andino (San Pedro de Atacama–Calama–Pasos de Jama y Sico) concentra la mayor densidad de atractivos de jerarquía internacional, aunque evidencia tensiones

asociadas a la presión sobre recursos hídricos escasos y sobre la capacidad de carga de atractivos.

La plataforma antofagasta.travel organiza la oferta en siete líneas de producto (astroturismo, aventura y naturaleza, patrimonio, etnoturismo, gastronomía, sol y playa, urbano/MICE), concentradas en tres nodos multiproducto: Antofagasta, Calama–Alto Loa y San Pedro de Atacama. El turismo indígena y comunitario atacameño (14 comunidades lickanantay) se articula sobre el Área de Desarrollo Indígena "Atacama La Grande", que ocupa cerca del 90% del territorio comunal de San Pedro de Atacama.

La oferta de servicios se encuentra consolidada en dichos nodos, especialmente en los rubros de hotelería y gastronomía. En estos sectores, la actividad minera opera como un potente motor económico; sin embargo, al mismo tiempo ejerce una alta ocupación de la infraestructura disponible, lo que desincentiva el desarrollo de una estrategia sostenida para el turismo no corporativo que aproveche eficazmente la riqueza de los recursos locales.

Eje 3 | Infraestructura y conectividad

Antofagasta cuenta con el segundo nodo aeroportuario del país fuera de Santiago, con más de 4 millones de pasajeros combinados en 2024 entre los aeropuertos Andrés Sabella (Antofagasta) y El Loa (Calama); no obstante, la conectividad aérea directa con Argentina constituye la principal brecha a nivel de la integración binacional con Argentina. En materia vial, se registra una marcada asimetría entre el Paso de Jama —con trazado pavimentado en ambos lados de la frontera— y el Paso de Sico, cuya vertiente argentina conserva 120 km de ripio y carece de conectividad digital y de trámites aduaneros digitalizados. La infraestructura portuaria (clúster Antofagasta–Mejillones) constituye el segundo motor industrial de la región tras la minería. Persisten brechas de conectividad digital en los tramos hacia Argentina.

Eje 4 | Demanda turística

La región registró 668.631 llegadas a establecimientos de alojamiento turístico en 2024 (3ª posición nacional) y 1.558.242 pernoctaciones, con una estancia media de 2,3 noches, superior al promedio nacional. El Paso de Jama registró en 2024 un total de 217.015 movimientos migratorios (entradas y salidas, INE), mientras que el ingreso de turistas extranjeros por la avanzada de Antofagasta (177.800 en 2024, +35,6% interanual) muestra en el acumulado a abril de 2026 una contracción del 19,5% respecto del mismo período de 2025. San Pedro de Atacama concentra por sí solo el 9,5% de los destinos visitados por turistas internacionales en Chile, ubicándose en el segundo lugar de las preferencias nacionales tras Santiago (77%). El perfil del turista aéreo —que representa el 47,1% de las llegadas pero genera el 76,1% de los ingresos de divisas— muestra a Brasil como líder en volumen (GTI USD 777,7) y a Argentina como segundo mercado (GTI USD 701, con 39,2% de su gasto destinado a compras). En turismo interno, la región presenta una condición predominantemente emisora, generando 2.177.700 viajes hacia el resto del país frente a 1.988.600 viajes recibidos.

Eje 5 | Comercialización y posicionamiento

La región cuenta con la marca turística oficial "Antofagasta, un universo por descubrir", relanzada por SERNATUR en 2024, aunque todavía requiere de mayor apropiación por parte de comunas y operadores privados.

Por otro lado, se observa una brecha significativa entre la proyección digital de San Pedro de Atacama —con una plataforma consolidada y un esquema de gobernanza público-privada muy relevante — y el resto de la región. En este marco, el volumen de la oferta, la sofisticación y el nivel de desarrollo de sus productos, el aprovechamiento turístico de recursos naturales, las estrategias de comercialización y el sólido posicionamiento en plataformas turísticas nacionales e internacionales convierten a San Pedro de Atacama en un modelo de gestión de referencia. Esta experiencia exitosa es, sin duda, un estándar a replicar en los demás nodos del Corredor Bioceánico para dinamizar los destinos emergentes. Destaca también los itinerarios binacionales integrados que vinculan San Pedro de Atacama con el Salar de Uyuni en Bolivia, consolidando así un circuito macroregional de alto valor para el turismo de larga distancia.

Las plataformas oficiales de promoción turística de la región presentan algunas debilidades. El portal oficial **antofagasta.travel** no evidencia actualizaciones visibles desde el período 2020-2021, mientras que hay comunas y regiones que carecen de plataformas digitales propia de promoción turística. Asimismo, las redes sociales institucionales de los organismos públicos se orientan principalmente a la comunicación de la gestión, con una menor presencia de contenidos destinados a la promoción de destinos y experiencias turísticas.

En cuanto a la articulación comercial binacional, se identificaron algunas iniciativas concretas, aunque de alcance limitado y sin continuidad en el tiempo. Finalmente, durante las entrevistas, los actores consultados señalaron de manera recurrente que los procedimientos migratorios y aduaneros en los pasos internacionales constituyen el principal obstáculo para consolidar circuitos turísticos binacionales con Argentina. A ello se suma que los operadores chilenos advierten que los turistas argentinos, por llegar en vehículo particular, realizan escaso consumo de excursiones y servicios turísticos locales.

Eje 6 | Formalización, calidad y capital humano

El sector turístico regional registra una de las participaciones relativas más altas del país en el empleo: 24.270 personas ocupadas en ACT (7,0% del empleo regional en 2024), por encima de la media nacional (6,9%), y 8.193 empresas ACT (+5,2% respecto de 2023). El diagnóstico identifica brechas de información relevantes —sin datos específicos disponibles sobre el nivel de formalización, estimándose una informalidad significativa a partir de los testimonios aportados por referentes públicos y privados. La oferta formativa en turismo y gastronomía se concentra en los nodos de Antofagasta ciudad y Calama (CFT INACAP, CFT Santo Tomás, IP AIEP, IP INACAP, IP Santo Tomás y Universidad de Antofagasta), sin registrarse oferta de carreras en turismo u hotelería en San Pedro de Atacama y con una oferta en Calama limitada

al Técnico de Nivel Superior en Gestión Turística del CFT INACAP, lo que expone una brecha de cobertura formativa en los nodos turísticos del interior.

Eje 7 | Sostenibilidad

A nivel nacional, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable de la Subsecretaría de Turismo orienta la acción pública en torno a cinco componentes estratégicos (diversificación de experiencias, desarrollo de destinos, fortalecimiento de la calidad y el capital humano, incentivo al turismo interno inclusivo, y promoción nacional e internacional), complementado por el Sello S (Distinción de Turismo Sustentable) y el Sello Q (Sistema de Calidad Turística). El Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo (2025-2030) orienta además la acción pública hacia el fortalecimiento de la resiliencia de destinos y empresas turísticas frente a los impactos climáticos. A nivel regional, San Pedro de Atacama obtuvo en 2026 la certificación internacional Green Destinations (nivel Plata), resultado de un trabajo colaborativo entre comunidades atacameñas, operadores locales, la Municipalidad y el Comité CORFO Antofagasta. La sostenibilidad del destino altiplánico continúa siendo, no obstante, el principal desafío y temas como el incremento del incremento del tráfico terrestre vinculado al CBC, la presión sobre recursos hídricos escasos, la basura, la seguridad y la salud generan fuertes preocupaciones.

Eje 8 | Gobernanza e institucionalidad

La institucionalidad turística de la Región de Antofagasta se estructura en tres niveles de gestión: nacional (Subsecretaría de Turismo y SERNATUR), regional (Dirección Regional de SERNATUR, SEREMI de Economía, Fomento y Turismo y Gobierno Regional) y municipal. En este contexto, San Pedro de Atacama concentra el ecosistema de gobernanza turística más consolidado de la región, sustentado en instancias como la Mesa Público-Privada de la ZOIT "Área San Pedro de Atacama–Cuenca Geotérmica El Tatio", el Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Sostenible San Pedro de Atacama, impulsado por CORFO y ejecutado por GEDES, y los contratos de asociatividad entre CONAF y las comunidades atacameñas para la gestión compartida de atractivos naturales.

En materia de planificación, destacan la Política Regional de Integración e Internacionalización 2024-2030 (PRIIA), que incorpora de manera específica la agenda binacional del Corredor Bioceánico de Capricornio; la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035; y el Plan Especial de Infraestructura del MOP de Apoyo al Turismo Sustentable. En contraste, el Plan Regional de Turismo Sustentable 2017-2027 se encuentra próximo a concluir su período de vigencia, por lo que resulta pertinente avanzar en su actualización.

Finalmente, la evaluación del Programa Territorial Integrado (PTI) Costero evidencia una percepción ampliamente favorable entre los actores públicos y privados. Los resultados alcanzados durante sus tres años de ejecución fortalecen el respaldo institucional y sectorial para dar continuidad y proyectar este instrumento como una herramienta estratégica para el desarrollo turístico del litoral regional.

Conclusiones

La Región de Antofagasta presenta un sistema turístico con asimetrías a nivel de su desarrollo turístico, caracterizado por la coexistencia de un eje altiplano-andino altamente consolidado y liderado a nivel global por San Pedro de Atacama, frente a un litoral costero y una pampa salitrera que permanecen en estadios de desarrollo considerablemente emergentes. Para mitigar estas asimetrías, el principal reto de gobernanza radica en replicar y adaptar los modelos exitosos de articulación público-privada y gestión digital, como el del Programa Territorial Integrado (PTI) de CORFO, hacia el resto de los nodos de la región, implementando herramientas de continuidad en los procesos de desarrollo de la oferta y también la demanda del turismo.

Si bien la concentración de la demanda turística en San Pedro de Atacama ha dinamizado la economía local —impulsando el empleo, la distribución del ingreso y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural bajo un destacado modelo de gobernanza y co-gestión con comunidades originarias—, el destino enfrenta complejos retos de sostenibilidad socio ambiental. Esta presión sobre el territorio se ve actualmente acentuada por el aumento en los flujos de tráfico asociados a la cercanía con el Corredor Bioceánico de Capricornio.

Frente a este escenario de concentración, el territorio cuenta con activos de escala mundial y oportunidades de diversificación que actualmente se encuentran subaprovechados. Los diagnósticos e inventarios territoriales confirman la presencia de múltiples recursos con potencial turístico latente. El reto principal consiste en transformarlos paulatinamente en atractivos consolidados a través de la dotación de infraestructura y servicios. De este modo, se estructurarán experiencias innovadoras que diversifiquen la oferta local y potencien la competitividad internacional, alineándose de forma directa con los pilares de producto priorizados por SERNATUR: Astroturismo, Cultura y Patrimonio, Naturaleza y Aventura, Gastronomía, y el segmento de turismo de reuniones.

El astroturismo sobresale como un elemento diferenciador indiscutido, sustentado en la infraestructura científica de Paranal, ALMA y el futuro telescopio ELT; sin embargo, este segmento aún carece de una estrategia de marca unificada para el conjunto de la región que permita consolidarlo como un producto ancla en la comercialización binacional y promover su encadenamiento estratégico con la Región de Tarapacá y las provincias de Salta y Jujuy.

Paralelamente, el turismo de cruceros y el segmento de reuniones (MICE) emergen como alternativas viables para dinamizar la economía regional, cuya reactivación e impulso requieren de una mayor articulación intersectorial y del aprovechamiento de las ventajas operativas que otorga la reciente modernización del marco regulatorio de cabotaje marítimo. El diseño de estas nuevas estrategias comerciales debe apuntar con fuerza al desarrollo de productos integrados que incrementen el consumo de excursiones locales por parte de los flujos de visitantes provenientes del norte argentino.

Finalmente, la viabilidad de este modelo de desarrollo integrado se encuentra condicionada por la resolución de brechas estructurales en conectividad y en información sectorial. Actualmente, persisten vacíos en las estadísticas regionales vinculadas a la oferta, demanda, capital humano e informalidad que limitan el diseño de políticas públicas e inversiones focalizadas.

Tabla 10. Indicadores turísticos de la Región de Antofagasta (Chile)

DIMENSIÓN	INDICADOR	DATO
Territorio	Superficie total	126.049 km² (16,67% del territorio nacional)
Territorio	Población total	635.416 hab. (Censo 2024); 19,7% inmigrante internacional; 14,5% se considera perteneciente a un pueblo indígena
Territorio	División administrativa	3 provincias (Antofagasta, El Loa, Tocopilla) / 9 comunas
Territorio	Posición en el CBC	Nodo terminal pacífico del corredor; centro primario de comercio portuario y aeroportuario; doble frontera con Argentina (Pasos de Jama y Sico)
Demanda	Turistas anuales (alojamiento, EAT, 2024)	668.631 llegadas / 1.558.242 pernoctaciones (EMAT, SERNATUR/INE) — 3ª posición nacional*
Demanda	Estadía media	2,3 noches (superior a la media nacional de 2,0)
Demanda	Turistas internacionales por avanzada	177.800 (2024, +35,6% i.a.); 315.571 (2025, +77,6%); 113.693 acumulado a abril de 2026 (-19,5% i.a.)
Demanda	Turismo interno	Destino: 1.988.600 viajes (2024, 11° nacional). Origen/emisor: 2.177.700 viajes (9° nacional) — región predominantemente emisora
Demanda	Principal acceso internacional	Paso de Jama (RN 52, con Jujuy) — 217.015 movimientos migratorios, entradas y salidas (2024, INE); principal puerta de entrada de turistas argentinos
Oferta — Planta	Empresas ACT (2024)	8.193 (+5,2% vs 2023); ventas 28.792.319 UF (+8,9% i.a.) — 3ª región en ventas ACT de Chile
Oferta — Planta	Establecimientos y plazas de alojamiento	6.492 unidades / 13.002 plazas (dic. 2025)
Oferta — Planta	Concentración territorial	Mayor densidad de operadores de tours del norte de Chile en San Pedro de Atacama; litoral con baja formalización (PTI Turismo Costero)
Oferta — Planta	Certificación internacional destacada	Green Destinations, nivel Plata (San Pedro de Atacama, 2026) — único destino turístico chileno con esta certificación
Oferta — Planta	Guías indígenas certificados (Sello Q)	28 guías de pueblos originarios (2025)
Conectividad	Aeropuertos principales	Andrés Sabella Gallo (Antofagasta): 1.979.883 pasajeros (2024, +9,1%); El Loa (Calama): 2.076.726 pasajeros (+15%) — ambos entre los tres de mayor tráfico del país en 2025
Conectividad	Pasos fronterizos	Paso de Jama (4.230 msnm, RN 52, con Jujuy); Paso de Sico (4.080 msnm, RN 51, con Salta) — habilitado también para tránsito de turistas desde junio de 2026
Conectividad	Puerto	Clúster Antofagasta–Mejillones, 11 terminales, segundo motor industrial regional tras la minería; convenio de programación por MM$88.325 (5 años)

DIMENSIÓN	INDICADOR	DATO
Conectividad	Cruceros (temporada 2024/2025)	4 recaladas / 1.376 cruceristas (Puerto de Antofagasta)
Economía	Participación de la minería en la economía regional	57% de la actividad económica regional; 45% del PIB minero de Chile; 95% de las exportaciones regionales
Economía	Empleo en turismo (ACT, 2024)	24.270 personas (7,0% del empleo regional, superior a la media nacional de 6,9%)
Economía	Pobreza regional (CASEN 2024)	Incidencia multidimensional: 17,3% (-4,6 p.p. respecto de 2022)
Gobernanza	Instrumento de integración vigente	Política Regional de Integración e Internacionalización 2024–2030 (PRIIA), aprobada por unanimidad por el Consejo Regional en junio de 2024
Gobernanza	Instrumento sectorial de turismo	Plan Regional de Turismo Sustentable 2017–2027
Gobernanza	Espacios de gobernanza destacados	Mesa Público-Privada ZOIT SPA–El Tatio; PTI Turismo Sostenible San Pedro de Atacama (CORFO/GEDES); Mesa Regional de Turismo (bimensual)
Gobernanza	ZOIT declaradas	"Área San Pedro de Atacama – Cuenca Geotérmica El Tatio" (declaratoria en proceso de actualización y trámite de nueva activación); "María Elena – Pedro de Valdivia"
Sostenibilidad	Áreas protegidas destacadas	Parque Nacional Llullaillaco, Reserva Nacional Los Flamencos, Parque Nacional Pan de Azúcar, Monumento Natural La Portada
Sostenibilidad	Visitantes a ASPE	158.458 (2024, -2,9% i.a.)* / 149.895 (2025) — Reserva Nacional Los Flamencos como atractivo dominante
Sostenibilidad	Certificación destacada	Green Destinations, nivel Plata (San Pedro de Atacama, junio de 2026) 42 empresas certificadas en Calidad en Sello Q 9 empresas certificadas en Sello S

Fuentes: SERNATUR – Anuario de Turismo 2024 y Dashboard de Turismo Receptivo; PLADETUR San Pedro de Atacama 2020–2025; INE, Censo 2024; CASEN 2024; Estudio de Infraestructura PM-CBC (SLOTT/BID, 2026)

5.1.4. Región de Tarapacá (Chile)

Tarapacá se consolida como un nodo geoestratégico de primer orden para el Corredor Bioceánico de Capricornio, en virtud de la conurbación Iquique–Alto Hospicio, que reúne simultáneamente puerto, aeropuerto internacional y Zona Franca (ZOFRI). No obstante, el diagnóstico evidencia una asimetría estructural entre un litoral consolidado —liderado por Iquique, con la mayor concentración de infraestructura, oferta y flujos— y un interior andino (Provincia del Tamarugal y comunas altiplánicas) de enorme riqueza patrimonial y natural, pero todavía emergente en términos de consolidación turística, conectividad y formalización.

El paso fronterizo de Colchane–Pisiga concentra el 98% de las llegadas terrestres a la región, evidenciando una fuerte dependencia del turismo de proximidad boliviano vinculado al comercio de ZOFRI, frente a una participación marginal de Argentina y Brasil (0,4% y 0,1%, respectivamente). Esta asimetría de flujos binacionales —con una conexión hacia el norte argentino aún indirecta y un servicio de transporte terrestre regular entre Iquique y Salta/Jujuy hoy inexistente— constituye uno de los hallazgos más relevantes para la

arquitectura de circuitos del corredor, y contrasta con el mayor dinamismo relativo observado en sentido Salta–Chile.

Principales resultados por eje

Eje 1 | Posicionamiento territorial

La Región de Tarapacá presenta un posicionamiento estratégico como territorio fronterizo del Corredor Bioceánico de Capricornio, articulando un eje costero-logístico vinculado a la Ruta 5 y un eje andino que conecta con Bolivia a través del paso Colchane–Pisiga. El turismo constituye una actividad relevante para la economía regional, representando el 7,6 % del empleo, una de las participaciones más altas del país.

Eje 2 | Oferta turística

La región dispone de un patrimonio turístico altamente diverso, integrado por recursos naturales, arqueológicos, culturales e históricos de jerarquía internacional, entre ellos los geoglifos, las oficinas salitreras declaradas Patrimonio Mundial, el patrimonio asociado a la cultura Chinchorro y las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) de Mamiña y Pica. En este contexto, la Provincia del Tamarugal adquiere creciente protagonismo como espacio de diversificación de la oferta, impulsada por iniciativas como Descubre Tamarugal y CORDETUR, mientras que el turismo indígena aymara y quechua se consolida como uno de los principales atributos diferenciadores del destino. El diagnóstico concluye que el principal desafío no radica en la disponibilidad de atractivos, sino en su valorización, accesibilidad y comercialización.

El relevamiento de oferta comercial confirma que el producto ancla de la región es el circuito histórico-patrimonial Humberstone–Santa Laura–Pica–La Tirana, presente de manera transversal en todas las plataformas y operadores analizados, mientras que la oferta hacia el altiplano y las comunas fronterizas (Colchane, Camiña) permanece minoritaria, de mayor precio y concentrada en un número reducido de operadores especializados. La región carece, además, de un producto turístico binacional empaquetado y comercializado de manera sistemática hacia el corredor con Argentina.

Eje 3 | Infraestructura y conectividad

En materia de infraestructura y conectividad, la región cuenta con una red aérea nacional consolidada a través del Aeropuerto Diego Aracena, aunque mantiene una conectividad internacional limitada con Argentina y carece de servicios regulares de transporte terrestre entre Iquique y las provincias de Salta y Jujuy. Asimismo, el paso fronterizo Colchane–Pisiga presenta brechas en infraestructura y servicios para el tránsito turístico, mientras que el turismo de cruceros constituye un segmento aún subaprovechado.

Eje 4 | Demanda turística y mercados

En cuanto a la demanda, se observa una recuperación sostenida del turismo internacional, con una fuerte concentración en el mercado boliviano —98% de las llegadas terrestres—. Los visitantes argentinos acceden mayoritariamente en vehículo particular y presentan un bajo nivel de contratación de excursiones, servicios turísticos organizados y aojamientos formalizados, lo que restringe su contribución a la economía turística regional. A ello se suma el debilitamiento de los vínculos comerciales entre operadores chilenos y argentinos, que reduce las posibilidades de comercialización conjunta.

Eje 5 | Comercialización y posicionamiento

Respecto del posicionamiento comercial, el diagnóstico evidencia la ausencia de una Marca Región consolidada y una estrategia de promoción fragmentada entre distintas plataformas institucionales, coexistiendo iniciativas como Visita Tarapacá, Tarapacá Travel y Descubre Tamarugal. El relevamiento de la oferta turística confirma una marcada concentración de productos y servicios en el corredor Iquique–Pozo Almonte–Pica, junto con el desarrollo emergente de propuestas vinculadas al turismo aventura y al turismo indígena.

Asimismo, los actores privados coincidieron en señalar como una oportunidad prioritaria la creación de una plataforma regional de comercialización, tipo marketplace, que integre la oferta turística de Tarapacá en un único canal digital.

Eje 6 | Formalización, calidad y capital humano

En relación con el capital humano, la Política Regional de Turismo 2024–2034 identifica esta dimensión como una de las principales problemáticas del sector, destacando brechas en competencias lingüísticas, atención al visitante y transformación digital. La oferta formativa especializada se concentra en instituciones técnicas radicadas en Iquique, sin disponibilidad de formación universitaria regional en gestión del turismo, configurando una limitación estructural para la profesionalización del sector.

Eje 7 | Sostenibilidad

En materia de sostenibilidad, la región se enmarca en los instrumentos nacionales de política turística y ambiental, incorporando esta dimensión como uno de los ejes prioritarios de la Política Regional de Turismo 2024–2034 mediante una cartera específica de inversiones. No obstante, la adopción de estándares certificados continúa siendo reducida, con solo tres empresas que cuentan con el Sello S de SERNATUR.

Eje 8 | Marco institucional y gobernanza

En cuanto a la gobernanza, Tarapacá dispone del instrumento de planificación turística más actualizado entre las regiones analizadas, a través de la Política Regional de Turismo 2024–2034, que establece una estructura de gobernanza multinivel y una hoja de ruta para el desarrollo del sector. Asimismo, durante las entrevistas se constató una activa participación de cámaras empresariales, asociaciones gremiales e instituciones públicas, particularmente

en Iquique, donde se evidencia una dinámica de articulación público-privada consolidada para el impulso de iniciativas turísticas. Este entramado institucional constituye una fortaleza para la implementación de políticas y proyectos regionales. No obstante, la propia Política Regional de Turismo identifica como uno de sus principales desafíos profundizar la articulación interinstitucional y fortalecer la coordinación binacional con Argentina y Bolivia, en el marco del Corredor Bioceánico de Capricornio.

Tabla 11. Indicadores turísticos de la Región de Tarapacá (Chile)

DIMENSIÓN	INDICADOR	DATO
Territorio	Superficie total	42.226 km² (5,6% del territorio nacional)
Territorio	Población total	~369.000 hab. (Censo 2024)
Territorio	División administrativa	2 provincias (Iquique, Tamarugal) / 7 comunas
Territorio	Posición en el CBC	Nodo costero-portuario chileno; hub logístico ZOFRI–Puerto de Iquique; acceso al altiplano boliviano por Colchane
Demanda	Turistas anuales (alojamiento, EAT)	302.182 llegadas / 821.034 pernoctaciones (2024, SERNATUR/INE); 333.559 llegadas y 798.141 pernoctaciones, estadía media 2,39 noches (SIET, 2025)
Demanda	Turistas internacionales	382.734 llegadas (2025, +34% i.a.); 6,4% del total nacional
Demanda	Principal mercado internacional	Bolivia — 98% de las llegadas terrestres, vía Colchane–Pisiga (381.710 llegadas de turistas extranjeros en 2025, 376.108 de ellas de ciudadanos bolivianos)
Demanda	Turismo interno (mercados emisores)	Tarapacá (30%, 318.285 viajes, 2024), Antofagasta (26%), Región Metropolitana (18%)
Oferta — Planta	Empresas ACT	3.985 empresas (+3,1% vs 2023); ventas 15.008.511 UF (-8,7% i.a.) (Anuario de Turismo 2024, SERNATUR)
Oferta — Planta	Composición de la oferta ACT	Alimentos y bebidas 40,8%; segundos hogares/multipropiedad 20,3%; transporte terrestre 15,1%; alojamiento 10,3% (SERNATUR, Dashboard 2022)
Oferta — Planta	Atractivos turísticos inventariados	253 (SERNATUR R01, 2020): 183 en la Provincia del Tamarugal (75%) y 61 en la Provincia de Iquique (25%)
Oferta — Planta	Certificaciones de calidad	3 empresas regionales con Sello S y Sello Q (de 18 a nivel nacional con ambas certificaciones; 20 con Sello S)
Conectividad	Aeropuerto principal	Diego Aracena (IQQ) — 845.558 pasajeros (2024); 7ª posición nacional
Conectividad	Conexiones internacionales activas	Santa Cruz de la Sierra (BOA, 2 frecuencias semanales); Salta (chárter estacional, Tastil Viajes); próxima ruta Asunción–Salta–Iquique (Paranair, ago. 2026)
Conectividad	Paso fronterizo principal	Colchane–Pisiga (Bolivia), Ruta 15-CH, ~3.700 msnm — 381.710 llegadas de turistas extranjeros (2025)
Conectividad	Puerto	Puerto de Iquique — uno de los tres principales del norte de Chile; 14 naves y 3.803 pasajeros (temporada 2024-2025, Empresa Portuaria Iquique)
Conectividad	Tramo vial crítico del CBC	Ruta 5/A-1 Iquique–límite sur (Antofagasta): concesión privada en fase previa a licitación (USD 607,4 M)
Economía	PIB regional	USD 8.800 millones (2023, Banco Central de Chile); minería: 37,8% del PIB minero nacional

DIMENSIÓN	INDICADOR	DATO
Economía	Participación del turismo en el PIB regional	Comercio, restaurantes y hoteles: 3%–5% del PIB regional; ~12% del empleo
Economía	Empleo en turismo (ACT, 2024)	14.610 personas (7,6% del empleo regional)
Gobernanza	Autoridad de aplicación	Dirección Regional SERNATUR Tarapacá / SEREMI de Economía, Fomento y Turismo
Gobernanza	Instrumento de planificación vigente	Política Regional de Turismo de Tarapacá (PRT) 2024–2034, aprobada por el Consejo Regional en marzo de 2026
Sostenibilidad	Áreas protegidas destacadas	Parque Nacional Volcán Isluga, Reserva Nacional Pampa del Tamarugal, Parque Nacional Salar del Huasco, Santuario de la Naturaleza Cerro Dragón
Sostenibilidad	Visitantes a ASPE	6.888 (2024, -2,3% i.a.)
Sostenibilidad	Certificación de sostenibilidad	3 empresas regionales con Sello S

Fuentes: Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034; SERNATUR – Anuario de Turismo 2024; INE, Censo 2024; Estudio de Infraestructura PM-CBC (SLOTT/BID, 2026)

5.1.5. Síntesis Comparativa de los Cuatro Territorios

Al finalizar las cuatro fichas territoriales, se presenta una tabla de síntesis comparativa con indicadores y datos para los cuatro territorios.

Tabla 12. Síntesis comparada de los cuatro territorios del CBC

INDICADOR	JUJUY	SALTA	ANTOFAGASTA	TARAPACÁ
Superficie total	53.219 km²	155.488 km²	126.049 km²	42.226 km²
Capital / ciudad principal	San Salvador de Jujuy	Ciudad de Salta	Antofagasta	Iquique
Divisiones administrativas	16 departamentos; 60 municipios	23 departamentos; 60 municipios	3 provincias; 9 comunas	2 provincias; 7 comunas
Población total	811.611 hab. (Censo 2022)	1.441.351 hab. (Censo 2022)	635.416 hab. (Censo 2024)	369.000 hab. (Censo 2024)
Principales núcleos urbanos	San Salvador de Jujuy, El Carmen, San Pedro, Palpalá, Ledesma	Ciudad de Salta, Tartagal, Orán, Metán	Antofagasta, Calama, Tocopilla, San Pedro de Atacama	Iquique, Alto Hospicio, Pica
Actividades económicas principales	Minería (litio, plata, zinc), agroindustria, turismo, energías renovables	Minería (litio, oro), agro, turismo, industria	Minería (cobre y litio), logística y comercio exterior, pesca, turismo	Minería, logística y Zona Franca de Iquique (ZOFRI), pesca y turismo
Turistas / llegadas anuales	(2025) 1.400.000 visitantes anuales 4.035.717 de pernoctaciones	(2025) 2.209.410 (MTD Salta RHD); 3.096.132 (TELECOM Big Data)	(2025): Llegadas a Alojamientos: 744.841 Pernoctaciones en Alojamientos: 1.633.221 (+ 4,36% 2024) Llegadas de Turistas Extranjeros: 201.000 (+13,57% 2024)	(2025) Llegadas a Alojamientos: 333.559 Pernoctaciones en Alojamientos: 798.141 Llegadas internacionales: 382.734 (+34,12% 2024) 1.055.900 viajes de turismo interno;
Estadía media (noches)	2,89 (verano 2025)	3,9 (2025)	2,2 (2025)	2,4 (2025)
Tasa de ocupación hotelera	54% (2025)	45,1% promedio anual (2025)	50% de Ocupación Hotelera en 2025	40% de Ocupación Hotelera en 2025
Plazas de alojamiento	12.137 plazas / 417 establecimientos (2023)	22.178 plazas / 721 establecimientos (2025)	13.002 plazas / 6.492 unidades (dic. 2025)	
Demanda Nacional	Nacional (81%): Buenos Aires, Cba, Santa Fé, Salta y Tucumán.	Nacionales (Buenos Aires, Tucumán, Salta, Córdoba);	Nacionales (70%)	Turistas Nacionales Tarapacá misma (30% en 2024), Antofagasta (26%), Región Metropolitana (18%) y Arica y Parinacota (11%).

INDICADOR	JUJUY	SALTA	ANTOFAGASTA	TARAPACÁ
Demanda internacional	Internacional (19%): Brasil, Francia, Chile y Uruguay	Internacionales (12% del total (2025 - 262.000 est.) (Brasil, Uruguay, Francia, Alemania, Chile, Bolivia, Paraguay	Internacionales (28%) América del Sur (72%): Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia y Perú Europa (16%): Francia, Alemania, Reino Unido; España e Italia. Asia (6%)	Bolivia (98% del total de llegadas). Argentina (0,4%), Brasil y Paraguay
Empleo en turismo	28.000 puestos directos (2025)	51.432 puestos de trabajo directos e indirectos (Estimado 2024)	24.270 personas; 7,0% del empleo regional (ACT-ENE 2024)	14.610 personas; 7,6% del empleo regional (ACT 2024)
Paso(s) fronterizo(s) principal(es) del CBC	Paso de Jama (RN 52)	Paso de Sico (RN 51); Salvador Mazza–Pocitos (RN 34)	Paso de Jama (Ruta 27-CH) y Paso de Sico (Ruta 23-CH)	Colchane–Pisiga (Ruta 15-CH)

Nota: cifras según las fuentes citadas en cada Diagnóstico (Anexo I). Las métricas de demanda no son estrictamente comparables entre países: Argentina reporta estimaciones de turistas (registros administrativos y big data), mientras que Chile reporta llegadas a establecimientos de alojamiento turístico (EMAT/SIET). s/d: sin dato disponible en las fuentes relevadas.

5.2. Análisis complementarios

5.2.1. Aproximación al posicionamiento comercial de la oferta turística de los territorios

5.2.1.1. Posicionamiento de los atractivos y oferta de actividades turísticas de cada región a partir de los registros de TripAdvisor

Los resultados que se presentan a continuación corresponden al relevamiento efectuado en TripAdvisor con fecha 16 de junio de 2026 para las cuatro jurisdicciones que integran el Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC). Los valores consignados representan la cantidad de productos, experiencias, atractivos y servicios indexados por la plataforma en dicha fecha y, por lo tanto, no constituyen una medición exhaustiva de la oferta turística existente en cada territorio. En consecuencia, los datos deben interpretarse principalmente como un indicador de la presencia digital, el grado de estructuración comercial y la visibilidad de la oferta turística dentro de uno de los principales canales internacionales de información utilizados por los viajeros.

El análisis comparativo permite identificar diferencias significativas entre los territorios del CBC en términos de volumen de oferta, concentración espacial de los atractivos, especialización de productos y grado de diversificación territorial. En conjunto, los resultados evidencian cuatro patrones principales:

Tabla 13. Principales hallazgos del análisis de la oferta turística en TripAdvisor

Territorio	Oferta aproximada registrada	Principal característica
Región de Antofagasta	1.011 productos/servicios	Mayor volumen de oferta, concentrada en San Pedro de Atacama.
Provincia de Salta	543 productos/servicios	Mayor diversificación territorial y de productos.
Provincia de Jujuy	457 productos/servicios	Oferta concentrada en la Quebrada de Humahuaca, con señales de diversificación.
Región de Tarapacá	74 productos/servicios	Menor presencia digital y escasa estructuración comercial.

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en TripAdvisor

A continuación, compartimos algunas tablas con los resultados del análisis:

Tabla 14. Ciudades más populares según TripAdvisor

N°	Región de Antofagasta (CL)	Región de Tarapacá (CL)	Prov. de Salta (AR)	Prov. de Jujuy (AR)
1	San Pedro de Atacama	Iquique	Salta (ciudad)	Tilcara
2	Antofagasta	Pica	Cafayate	San Salvador de Jujuy
3	Calama	Colchane	Cachi	Purmamarca
4	San Francisco de Chiu Chiu	Pozo Al Monte	San Lorenzo	Humahuaca

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en TripAdvisor

Tabla 15. Diez principales atractivos turísticos (ranking TripAdvisor)

N°	Región de Antofagasta (CL)	Región de Tarapacá (CL)	Prov. de Salta (AR)	Prov. de Jujuy (AR)
1	Valle de la Luna	Playa Cavancha	MAAM (Museo de Arqueología)	Salinas Grandes
2	Géiseres del Tatio	Museo Corbeta Esmeralda	Quebrada del Río Las Conchas	Serranías de Hornocal
3	Desierto de Atacama	Oficina Salitrera Humberstone	Teleférico San Bernardo	Cerro de los Siete Colores
4	Lagunas Miscanti y Miñiques	Calle Baquedano	El Tren a las Nubes	Quebrada de las Señoritas
5	Piedras Rojas	ZOFRI	La Cuesta del Obispo	Paseo de los Colorados
6	Termas Baños de Puritama	Playa Brava	Virgen de Tres Cerritos	Pucará del Tilcara
7	Valle Arcoiris	Valle de los Dinosaurios	Cerro San Bernardo	Cuevas de Huaira
8	Salar de Tara	Plaza Prat	Cachi	Quebrada de Humahuaca
9	Laguna Baltinache		Bodegas (Cafayate)	Termas del Río Jordán
10	Laguna Lejía	P.N. Salar del Huasco	La Garganta del Diablo	Cuesta del Lipán

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en TripAdvisor

A continuación se presentan los principales resultados para cada uno de los territorios analizados.

Provincia de Jujuy (Argentina)

Jujuy mantiene una fuerte concentración de su oferta en torno a la Quebrada de Humahuaca, aunque comienzan a evidenciarse procesos de diversificación territorial.

La Provincia de Jujuy registra aproximadamente 457 productos y servicios distribuidos en doce categorías, ubicándose en tercer lugar dentro del conjunto analizado. Sus principales destinos —Tilcara, San Salvador de Jujuy, Purmamarca y Humahuaca— estructuran una oferta centrada en el eje de la Quebrada de Humahuaca, donde se concentran los atractivos de mayor posicionamiento, entre ellos el Cerro de los Siete Colores, el Paseo de los Colorados, el Pucará de Tilcara, la Quebrada de las Señoritas, las Cuevas de Huaira, la propia Quebrada de Humahuaca y la Cuesta del Lipán.

No obstante, el relevamiento permite identificar señales de una diversificación incipiente de la oferta provincial. La incorporación de Las Yungas, el Parque Nacional Calilegua, las Termas de Reyes y la Laguna de Yala evidencia la progresiva consolidación de nuevos ejes turísticos vinculados a la vertiente oriental de la provincia y al entorno de San Salvador de Jujuy. Aunque este proceso aún resulta menos desarrollado que el observado en Salta, sugiere una ampliación gradual del espacio turístico provincial.

Las categorías con mayor volumen corresponden a los tours en autobús (110), los tours privados y de lujo (103), los tours de naturaleza y vida silvestre (62) y los tours de varios días (55). Asimismo, Jujuy presenta categorías distintivas dentro del conjunto del CBC, como Montañas (9) y Rutas para senderismo (16), reforzando su posicionamiento en turismo activo y de aventura. La presencia del Parque Nacional Calilegua incorpora, además, un componente de naturaleza subtropical que amplía la diversidad ambiental representada dentro del Corredor.

Provincia de Salta (Argentina)

Salta presenta la oferta territorialmente más diversificada del CBC, articulando múltiples corredores turísticos y una amplia variedad de productos especializados.

La Provincia de Salta registra aproximadamente 543 productos y servicios distribuidos en doce categorías, ubicándose en segundo lugar en volumen de oferta dentro del Corredor. Sus cuatro ciudades populares —Salta, Cafayate, Cachi y San Lorenzo— conforman el sistema turístico con mayor distribución territorial entre los cuatro casos analizados.

A diferencia de la fuerte concentración observada en Antofagasta o Jujuy, el ranking de atractivos muestra una importante dispersión geográfica. Entre los principales recursos se encuentran atractivos localizados en la ciudad de Salta, el corredor de Cafayate, la ruta hacia Cachi, el valle de Lerma y las Yungas, así como destinos más alejados como Seclantás y las Cuevas de Acsibi. Esta distribución evidencia una estructura turística apoyada en múltiples

corredores y no dependiente de un único polo de atracción. Las categorías predominantes corresponden a los tours en autobús (164), los tours culturales (95), los tours de todo el día (78) y los tours de varios días (74). La provincia presenta además segmentos claramente diferenciados respecto de los demás territorios, destacándose las categorías Bodegas y viñedos (27), Catas de vinos (23) y Tours a plantaciones (3), que reflejan el desarrollo de un producto enoturístico consolidado. Asimismo, las Formaciones geológicas (23) alcanzan una representación significativamente superior a la observada en el resto del CBC.

La Región de Antofagasta

Concentra el mayor volumen de oferta turística registrada en TripAdvisor dentro del CBC, aunque con una marcada dependencia del polo turístico de San Pedro de Atacama.

La Región de Antofagasta registra aproximadamente 1.011 productos y servicios distribuidos en doce categorías, constituyéndose en el territorio con mayor presencia en TripAdvisor entre las cuatro jurisdicciones analizadas. Sus tres ciudades populares —San Pedro de Atacama, Antofagasta y Calama— conforman un sistema turístico con un elevado grado de concentración territorial, ya que la práctica totalidad de los atractivos de mayor posicionamiento se localiza en el entorno inmediato de San Pedro de Atacama y su área de influencia altiplánica.

Entre los principales recursos se destacan el Valle de la Luna, los Géiseres del Tatio, las lagunas altoandinas, Piedras Rojas y Puritama, configurando un perfil claramente orientado al turismo de naturaleza y paisajes de gran singularidad. En contraste, Antofagasta y Calama desempeñan principalmente funciones de conectividad y prestación de servicios, con escasa presencia en el ranking de atractivos, salvo casos puntuales como La Portada y la Mina de Chuquicamata.

Desde la perspectiva de la oferta comercial, predominan los tours en autobús (271), los tours privados y de lujo (267) y los tours de naturaleza y vida silvestre (189), evidenciando una estructura turística altamente desarrollada y con fuerte orientación hacia segmentos de mayor valor agregado. Asimismo, la región concentra categorías muy interesantes como tours fotográficos, tours nocturnos, fuentes termales y géiseres, y áreas de naturaleza y vida silvestre.

Región de Tarapacá (Chile)

Tarapacá presenta la menor presencia digital del Corredor, con una oferta limitada y una estructura comercial todavía poco consolidada.

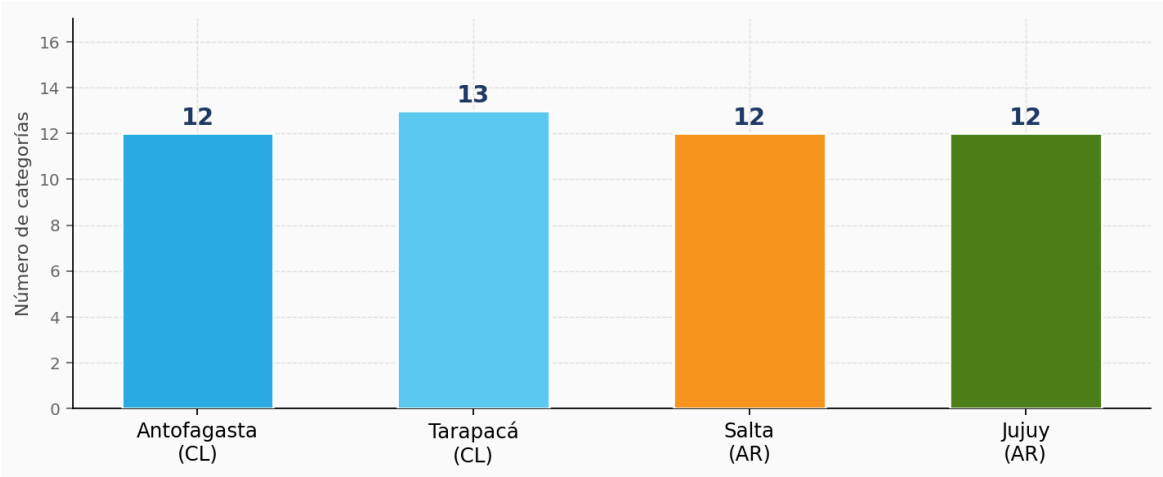
La Región de Tarapacá registra aproximadamente 74 productos y servicios distribuidos en trece categorías, constituyendo el menor volumen de oferta entre los territorios analizados. Si bien presenta el mayor número de categorías registradas, los volúmenes asociados a cada una son reducidos. Las categorías con mayor presencia corresponden a Monumentos y lugares de

interés (18), Tours en autobús (9) y Tours privados y de lujo (8), lo que refleja una presencia digital aún incipiente.

Las ciudades de *Iquique, Pica y Colchane* aparecen identificadas como los principales destinos de la región. Sin embargo, el análisis de los atractivos evidencia una marcada concentración en Iquique y su entorno inmediato, donde predominan recursos urbanos y costeros como Playa Cavancha, Museo Corbeta Esmeralda, Calle Baquedano, ZOFRI, Plaza Prat, Playa Brava y el Paseo Peatonal Cavancha.

En cambio, los principales atractivos del interior regional —Salar del Huasco, Geoglifos de Pintados, Termas de Mamiña y Volcán Isluga— ocupan posiciones intermedias o inferiores dentro del ranking, mientras que Pica y Colchane no alcanzan una masa crítica de oferta equivalente a su potencial patrimonial. Entre los elementos diferenciales de la región destacan categorías como Monumentos y estatuas, Museos de historia y Playas, que configuran un perfil distinto al observado en los demás territorios del CBC.

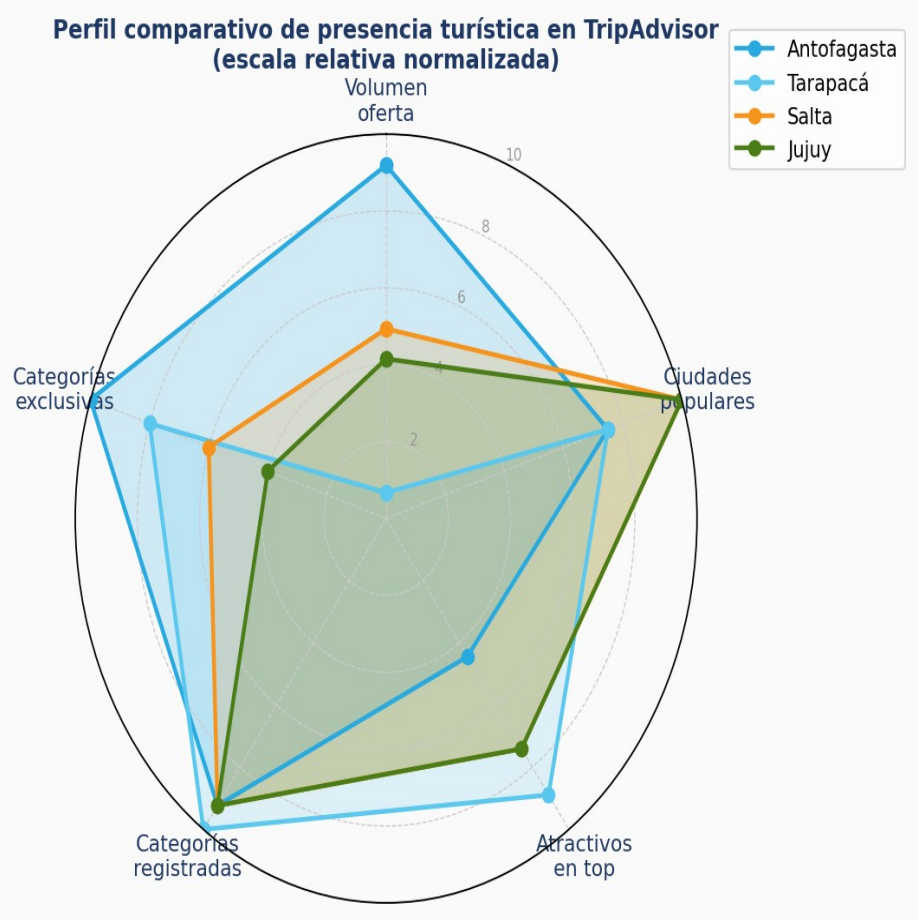
Figura 11. Número de categorías de "Cosas para hacer" registradas por territorio



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en TripAdvisor

Figura 12. Perfil comparativo de presencia turística en TripAdvisor.

Valores normalizados sobre una escala relativa de 0 a 10.



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en TripAdvisor

5.2.1.2. Presencia comercial de Salta, Jujuy, Tarapacá y Antofagasta en el catálogo de DMC y operadores turísticos nacionales de Argentina y Chile

El siguiente informe, realizado con Inteligencia Artificial (Cloude) consolida el relevamiento de 26 operadores turísticos organizados en dos bloques: 15 operadores de origen argentino (Bloque ARG) y 11 de origen chileno (Bloque CHI). El objetivo fue evaluar la presencia comercial de Salta, Jujuy, Tarapacá y Antofagasta en sus portafolios publicados, con análisis diferenciado por territorio y por origen del operador.

Los operadores analizados fueron seleccionados entre DMC, mayoristas y agencias de viajes en línea (OTA), por su relevancia en la comercialización turística de ambos países. Cabe señalar que, en algunos casos, las restricciones de acceso implementadas en sus plataformas digitales impidieron realizar un relevamiento completo de la oferta disponible[1].

[1] En Argentina se identificaron quince empresas de referencia, entre las que predominan los operadores receptivos (Destination Management Companies – DMC), mayoristas y plataformas B2B, destacándose firmas como Furlong Incoming, Turar Incoming, Eurotur, Julia Tours, Cynsa (Attipica DMC), Piamonte Incoming, PetraBax Argentina, Logan Travel, South American Tours (SAT), Top Dest, OLA Mayorista y Argentinian Explorer, junto con agencias y plataformas de comercialización directa al consumidor como Almundo y Pezzati Viajes. En Chile se relevaron once operadores relevantes, con una fuerte presencia de DMC especializados en turismo receptivo, incentivos y reuniones, entre ellos Southbound Travel, Signature DMC, Logistur Travel, Andes Viva, Alchemy DMC Chile, Chile on the Go e Indigo DMC, complementados por plataformas de

El análisis, que, bajo ningún aspecto se considera exhaustivo, si permite identificar algunas brechas en los niveles de representación territorial como en los modelos de comercialización y en el grado de integración binacional de la oferta turística. En términos generales, los resultados evidencian cinco patrones principales:

- Salta constituye el destino con mayor presencia comercial del estudio; sin embargo, dicho posicionamiento se sustenta casi exclusivamente en la oferta de operadores argentinos. Salta es el destino con mayor presencia en todo el estudio: aparece en 23 o más productos. Es un destino ancla para los operadores argentinos, pero casi invisible para los chilenos, que solo la incorporan cuando diversifican hacia el Noroeste Argentino (NOA).

- Entre los operadores argentinos, el corredor Salta–Jujuy se encuentra sólidamente establecido en dos segmentos diferenciados: el receptivo especializado internacional y el mercado masivo doméstico. La diferencia entre ambos segmentos radica en la profundidad de la oferta más que en la presencia del destino: mientras los operadores masivos comercializan principalmente escapadas urbanas, los especializados integran a Salta dentro de circuitos de entre siete y veintiún días que incluyen la puna, los valles y el cruce internacional hacia Chile.

- Jujuy presenta una elevada presencia comercial, aunque fuertemente asociada al corredor Salta–Jujuy y con escasa diversificación territorial. Asimismo, su presencia en la oferta de operadores chilenos resulta prácticamente inexistente. En el relevamiento realizado, la provincia aparece en 18 o más productos turísticos, casi siempre integrada a itinerarios combinados con Salta. Entre los operadores argentinos se identificaron 17 referencias comerciales, mientras que entre los operadores chilenos solo se registró una. Este patrón confirma que, para el mercado argentino, el corredor Salta–Jujuy se comercializa como una unidad de producto. No obstante, el análisis también evidencia una marcada concentración de la oferta en un número reducido de atractivos. Destinos con alto potencial de diferenciación —como el Parque Nacional Calilegua, las Yungas, las experiencias de turismo comunitario y otros recursos provinciales— no presentan evidencia de comercialización en los portafolios analizados. En consecuencia, la representación comercial de Jujuy se concentra casi exclusivamente en la Quebrada de Humahuaca y las Salinas Grandes.

- La Región de Antofagasta —representada casi exclusivamente por San Pedro de Atacama— aparece en ocho operadores chilenos y ocho argentinos, totalizando más de dieciséis productos. Entre los operadores chilenos, todos los DMC con catálogo verificado y todas las OTA analizadas comercializan este destino, convirtiéndolo en el territorio con mayor representación dentro del bloque chileno. Entre los operadores

distribución online de amplia penetración en el mercado, como Viajes Falabella, Cocha, Despegar Chile y Turavion.

argentinos, San Pedro de Atacama aparece exclusivamente integrado a circuitos binacionales. Asimismo, el nivel de detalle de los itinerarios presenta diferencias significativas entre ambos mercados. La ciudad de Antofagasta, Taltal, Mejillones y el litoral costero permanecen ausentes en los portafolios de los operadores relevados.

- La Región de Tarapacá está representada en menor medida. Las OTA chilenas que la incluyen, mencionan Iquique como destino asociado a paquetes de vuelo y hotel. Entre los operadores argentinos no se identificó ninguna referencia a la región. Asimismo, destinos y recursos turísticos de alto valor patrimonial y natural como el Parque Nacional Volcán Isluga y las experiencias de turismo indígena no aparecen en los operadores analizados.

- Productos binacionales: La integración turística binacional del Corredor se articula exclusivamente sobre el eje Salta | Jujuy –San Pedro de Atacama a través del Paso de Jama. Los productos binacionales identificados utilizan en todos los casos el Paso de Jama como principal nodo de articulación y tienen a la ciudad de Salta como punto de partida en Argentina.

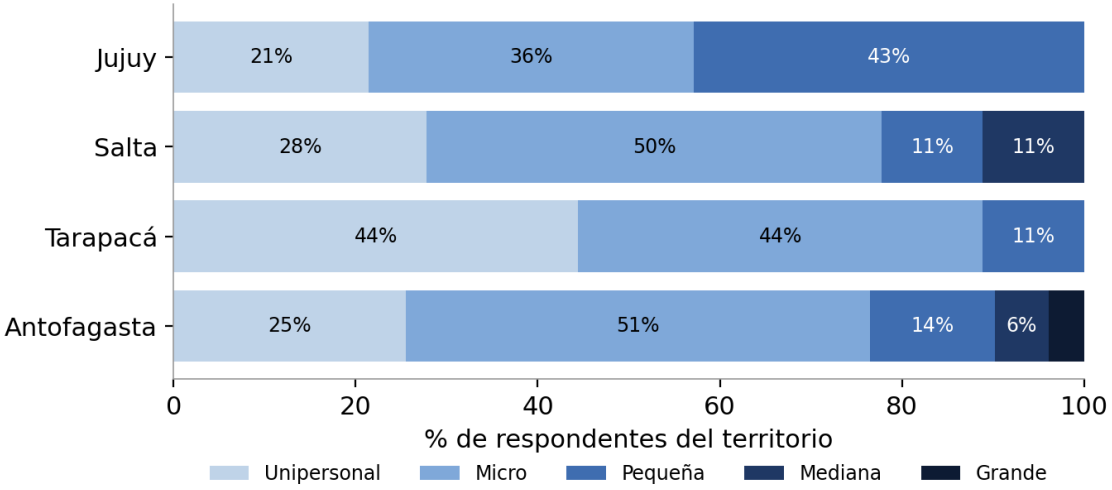
- Finalmente, ninguno de los operadores chilenos analizados comercializa productos binacionales. En general, sus portafolios presentan una oferta orientada exclusivamente al territorio chileno. Incluso un DMC, que incorpora circuitos hacia el Noroeste Argentino, no establece conexiones comerciales entre dichos productos y su oferta correspondiente a San Pedro de Atacama.

5.2.2. Relevamiento del sector privado

Para abordar este aspecto se generó una encuesta para relevar, de manera directa, la visión del sector privado turístico de los cuatro territorios del CBC —respecto de su estructura, vinculación comercial binacional, su conocimiento del proyecto CBC, y sus expectativas y prioridades de cara a la consolidación del corredor, sus actuaciones en temas de capacitación e innovación, entre otros. Fue administrada en formato de formulario en línea entre el 1 de junio y el 5 de julio de 2026, y recogió 92 respuestas válidas.

Las respuestas evidenciaron un sector representado mayoritariamente por dueños o propietarios de los emprendimientos (61% de los respondientes), seguidos por gerentes/directores (12%), empleados (11%), copropietarios/socios (7%) y otros roles (10%). También dio cuenta que el universo encuestado está dominado por microemprendimientos y emprendimientos unipersonales (75%), con muy pocas empresas medianas y grandes, estas últimas concentradas exclusivamente en Antofagasta. Un aspecto muy alentador es que más del 50% participa en alguna cámara, asociación o red de prestadores turísticos.

Figura 13. Tamaño de empresa por territorio que respondieron las encuestas. En %



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en las encuestas

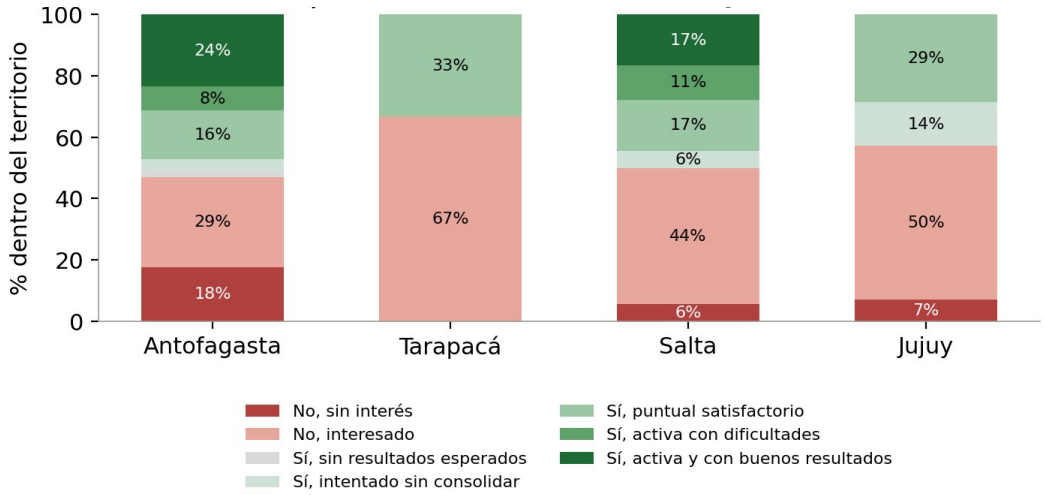
A continuación se presenta un resumen de los principales temas, cuyo desarrollo completo se presenta como Anexo.

- **Conocimiento previo del proyecto CBC:** A la pregunta *¿Conocía la existencia del proyecto Corredor Bioceánico de Capricornio?,* el 86% de los encuestados del corredor tiene al menos alguna noción de la iniciativa —53% la conoce en profundidad (49 casos) y 33% había escuchado sobre ella sin conocer su alcance (30 casos)—, y solo el 14% (13 casos) no la conocía en absoluto. No hay un mismo nivel de conocimiento, lo que sugiere una difusión más desigual de la iniciativa en ese territorio en comparación con el resto del corredor.

- **Vínculos comerciales con el país vecino:** A la pregunta *¿Ha establecido vínculos comerciales o de colaboración con empresas o profesionales del sector turístico de Chile/Argentina (según corresponda)?*, el 39% de los encuestados respondió que no, pero que está interesado en generarlos, y un 12% adicional directamente no lo tiene entre sus prioridades: en conjunto, **el 51% del sector privado del corredor todavía no ha establecido ningún vínculo comercial binacional**.

El 49% restante sí declara algún tipo de vínculo, pero dentro de ese grupo la situación es heterogénea: **solo un tercio de quienes respondieron afirmativamente mantiene una relación comercial activa y con buenos resultados**, mientras que el resto declara vínculos puntuales, con dificultades, sin lograr consolidarlos o sin los resultados esperados. Esto evidencia una **voluntad extendida del empresariado por vincularse comercialmente** con el país vecino, que sin embargo se traduce en relaciones plenamente consolidadas solo para una minoría. De hecho, de los 15 casos con relación activa y buenos resultados, únicamente participan empresarios de Antofagasta y Salta, lo que evidencia una brecha territorial marcada dentro del propio corredor.

Figura 14. Vínculos comerciales con el país vecino. En %



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en las encuestas

Se propusieron **consultas específicas para tour operadores o agencias de viajes (70 respuestas)**:

- A primera de estas consultas tuvo que ver con relevar si la empresa desarrolla o desarrolló productos integrados con prestadores del país vecino (Argentina / Chile). El 48% respondió que no, pero que está interesado en desarrollarlos. **Solo el 30% manifestó que si tiene y que están activos.** Un 15% respondió que los tuvo en el pasado. En el caso que las respuestas afirmativas, se consultó sobre cuáles son sus mercados emisores más importantes para esos circuitos. Las respuestas posicionan a Europa como el mercado emisor más mencionado (56%), seguido de EE.UU./Canadá (36%), los mercados internos y los mercados nacional argentino (34%) y nacional chileno (31%). Brasil fue mencionado en 5° lugar.

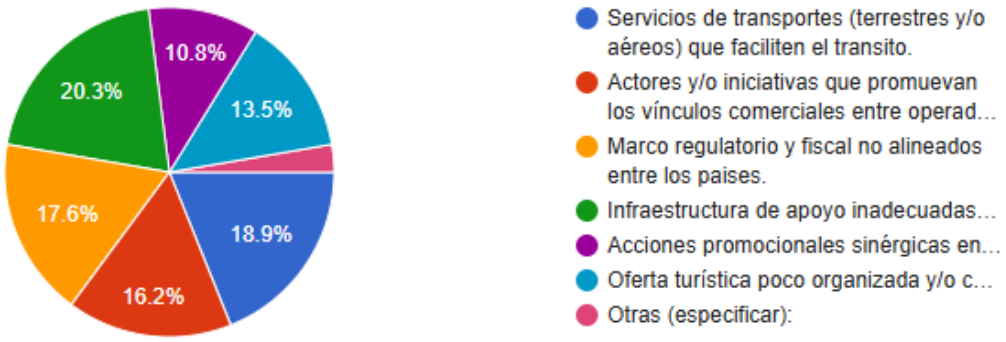
- **Respecto a los pasos fronterizos**. A la consulta de cuáles son los principales problemas al cruzar el Paso de Jama, "Demoras en los controles fronterizos" es, por amplio margen, el problema más señalado (77%), seguido de "cierres temporales por condiciones climáticas" (62%) y "horarios limitados de atención" (49%). A continuación a aparecen otras razones: Coordinación insuficiente entre organismos de ambos países, Infraestructura insuficiente en los pasos fronterizos y la Complejidad de los trámites migratorios.

- Expectativas sobre la habilitación del Paso de Sico para pasajeros: Entre los respondientes a esta pregunta, la expectativa es mayoritariamente positiva en el conjunto del corredor: el 77% espera "muchas" (58%) o "algunas" (20%) oportunidades a partir de la habilitación del Paso de Sico para pasajeros, frente a un 23% que espera pocas o ninguna oportunidad, o directamente no sabe/no aplica. Jujuy es una notable excepción a esta tendencia. Esto es consistente con que el Paso

de Sico conecta directamente con Salta y Antofagasta, mientras que el paso fronterizo de referencia para Jujuy es el de Jama, lo que puede explicar la menor expectativa de impacto directo sobre el propio negocio en ese territorio.

- También se consultó sobre **otras dificultades para el desarrollo y la comercialización de circuitos turísticos binacionales**. Las respuestas evidencian una distribución relativamente equilibrada entre varios factores, sin que exista una problemática claramente predominante. Si bien el 20% de los encuestados identifica como principal dificultad la **infraestructura de apoyo insuficiente**, un porcentaje muy similar señala la **necesidad de contar con servicios de transporte terrestre y/o aéreo** que faciliten la conectividad entre los destinos. En un segundo nivel de importancia se ubican la falta de armonización del marco regulatorio entre ambos países y la escasez de iniciativas que promuevan vínculos comerciales entre los operadores turísticos. Finalmente, aunque con una menor frecuencia de menciones, aparecen la escasa organización de la oferta turística y la insuficiente articulación de acciones promocionales conjuntas, aspectos que también limitan el desarrollo y la comercialización de circuitos binacionales.

Figura 15. Otras dificultades para el desarrollo y la comercialización de circuitos turísticos binacionales. En %



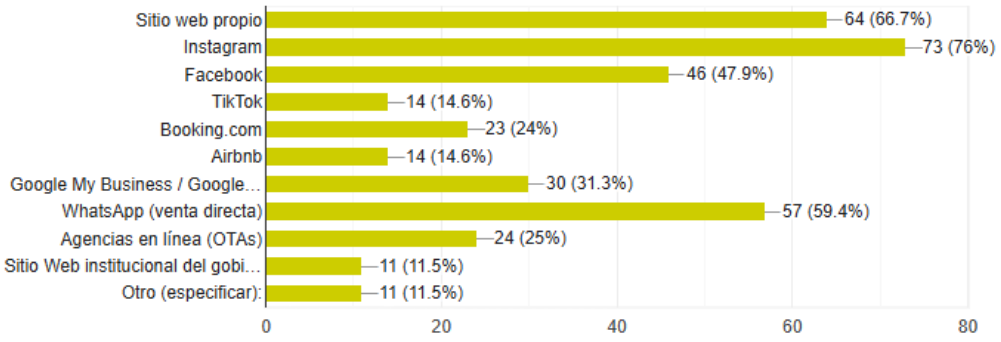
Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos en las encuestas

- Otro aspecto relevado fueron las **estrategias y herramientas de promoción** que utilizan las empresas. El 74% de los respondientes a esta pregunta no realizó personalmente acciones de promoción en países no limítrofes durante 2025 o lo que va de 2026, aunque sí lo hizo indirectamente a través de una cámara u otra organización; el 26% restante sí realizó acciones propias. Esta proporción es similar en los cuatro territorios. Por otro lado, el 78% no realizó ni participó de ninguna acción de promoción en el país vecino durante el último año, frente a un 22% (20 casos) que sí lo hizo. Entre los 25 encuestados que declararon haber realizado acciones de promoción en el país vecino, la "participación en ferias o workshops de turismo" es la acción más frecuente, muy por encima de las campañas en redes sociales o las alianzas comerciales formales.

Respecto a la **promoción de sus servicios y productos turísticos**, el 74% respondió que en 2025, o lo que va de 2026, realizó alguna acción de promoción en otro país NO limítrofe a través de su cámara o asociación gremial. Pero solo el 20% respondió que en 2025, o lo que va de 2026, realizó o participó de alguna acción de promoción en el país vecino (Argentina o Chile, según corresponda).

- Se consultó sobre **plataformas y canales de comercialización utilizados.** Los resultados muestran que **Instagram** constituye, por amplio margen, el principal canal de comercialización de servicios turísticos en el conjunto del Corredor Bioceánico de Capricornio, siendo utilizado por el **78%** de los encuestados. Le siguen el **sitio web propio** (67%) y **WhatsApp** (55,6%), lo que evidencia una fuerte preferencia por herramientas digitales de comunicación directa y promoción. En menor medida se utilizan otros canales de comercialización, reflejando estrategias diferenciadas según el tipo de empresa y el mercado al que se dirigen.

Figura 16. Plataformas y canales de comercialización utilizados



Fuente: Elaboración propia en base a las respuestas de la encuesta

- **Canales de venta.** La intensidad de utilización de diferentes canales presenta diferencias significativas según el canal y el territorio. La **venta en mostrador** registra el menor nivel de uso intensivo en el conjunto del corredor, ya que solo el **24%** de los encuestados la calificó con una intensidad alta. En contraste, la **comercialización a través de redes sociales** alcanza un nivel de uso alto en el **37%** de las respuestas, destacándose la provincia de Jujuy como la jurisdicción con mayor intensidad. Por su parte, la **venta mediante agencias de viajes y plataformas OTA** exhibe marcadas diferencias territoriales, alcanzando una intensidad alta en el **54%** de los casos en Antofagasta y en el **40% en** Salta. Finalmente, la **venta a través de plataformas digitales** presenta una distribución más equilibrada entre los distintos niveles de intensidad, lo que sugiere un grado de adopción más heterogéneo entre los actores turísticos del corredor.

A continuación se presentan resultados a preguntas vinculadas con formación, actualización e innovación.

- **Respecto a la capacitación e innovación**, el **64% de los encuestados** manifestó haber participado en instancias de formación en al menos una de las áreas consultadas, mientras que el porcentaje restante indicó no haber recibido capacitación en ninguna de ellas. Entre quienes sí participaron, la temática más frecuente fue **marketing y comercialización turística** (22,25%). Asimismo, se observan porcentajes relevantes de participación en capacitaciones vinculadas con **sostenibilidad turística**, **transformación digital y herramientas tecnológicas** y **calidad de los servicios turísticos**. En contraste, solo el **18%**de los encuestados indicó haberse capacitado en **inteligencia artificial aplicada al turismo**, lo que evidencia que esta temática aún presenta un menor nivel de adopción en comparación con otras áreas estratégicas para el desarrollo del sector.

- **Nivel de innovación incorporado en los últimos tres años.** Los resultados muestran una tendencia favorable hacia la incorporación de innovaciones en la oferta turística del Corredor Bioceánico de Capricornio. Del total de respondientes, el **46%** manifestó haber desarrollado **nuevos productos, servicios o experiencias turísticas** durante los últimos tres años, constituyéndose en la respuesta más frecuente del conjunto. Sin embargo opciones como "hemos incorporado nuevas tecnologías o herramientas digitales", tuvo un 37% de respuestas positivas. En contraste, el **20%** indicó no haber implementado ninguna innovación relevante en ese período. Este último porcentaje presenta diferencias territoriales, siendo más elevado en **Salta** (**28%**, 5 de 18 casos) que en **Antofagasta**(20%), **Jujuy** (15%) y **Tarapacá**(13%). Estos resultados sugieren que, si bien la innovación constituye una práctica extendida entre los actores turísticos del corredor, su nivel de incorporación no es homogéneo y existen territorios donde el proceso parece avanzar con menor intensidad, particularmente en Salta.

También se consultó sobre oportunidades y desafíos que pueden generar los avances en el CBC.

- **Oportunidades turísticas a partir de la consolidación del Corredor Bioceánico de Capricornio:** Las principales oportunidades identificadas por los encuestados se vinculan con el **desarrollo de nuevos circuitos turísticos binacionales** (28% de las respuestas), seguido por la posibilidad de lograr un **mayor flujo de turistas provenientes de países vecinos** (17%) y el **fortalecimiento de la integración regional** (15%). Estos resultados reflejan una percepción predominantemente favorable respecto del potencial turístico asociado a la consolidación del Corredor Bioceánico de Capricornio.

No obstante, emerge una diferencia territorial significativa: el **16% de los encuestados** manifestó no identificar oportunidades derivadas del corredor, pero la totalidad de estas respuestas corresponde a **Antofagasta**, donde representan el **29%** de los respondientes de

ese territorio (15 de 51 casos). En contraste, ningún encuestado de **Tarapacá, Salta o Jujuy** seleccionó esta opción. Este resultado es consistente con la visión más crítica que expresan diversos actores de Antofagasta en las respuestas abiertas, particularmente en relación con los impactos ambientales, sociales y territoriales que podría generar el corredor.

- Atractivos naturales, culturales y patrimoniales con mayor potencial a diez años: El análisis cualitativo de las **75 respuestas abiertas** permitió identificar ocho grandes categorías temáticas.

La de mayor frecuencia corresponde a los **paisajes naturales y ecosistemas de altura**, destacándose salares, desiertos, volcanes, lagunas altoandinas, humedales y otros paisajes de la Puna y el Desierto de Atacama. Esta temática presenta una fuerte presencia en Antofagasta y Salta, mientras que en Jujuy adquiere mayor especificidad a través de referencias a la Puna y las Yungas. En definitiva, las respuestas delimitan tres grandes macrozonas que los participantes consideran que deben integrarse:

- **El Eje de la Puna y el Altiplano de Argentina, Bolivia y Chile.** Es el área más mencionada. Se propone con fuerza la integración de la Puna de Atacama (Chile), la Puna del NOA (Salta, Jujuy, Catamarca en Argentina) y el Salar de Uyuni (Bolivia). Destacan hitos específicos como los Geysers del Tatio, Salinas Grandes, el Salar de Atacama (Lagunas Chaxa, Cejar, Tebinquinche), Piedras Rojas, el Salar de Tara y el Salar de Talar.

- **La Quebrada de Humahuaca y los Valles del Calchaquies:** En el lado argentino, se posicionan como pilares las Serranías del Hornocal, el Paseo de las Señoritas, Purmamarca, Tilcara, Cafayate, la Quebrada de Humahuaca.

- **La Costa, la Pampa y el Desierto de Tarapacá / Antofagasta:** En el lado chileno, emergen con fuerza destinos costeros y del desierto interior: Iquique (como capital de deportes), Tocopilla y sus caletas (Caleta Los Chinos), la Pampa del Tamarugal, quebradas andinas (Camiña, Isluga, Mallku) y la Península de Mejillones (La Portada, Juan López, Isla Santa María).

En segundo lugar se ubica el **patrimonio cultural y de los pueblos originarios**, presente en los cuatro territorios, aunque con expresiones identitarias propias. En Antofagasta sobresale el patrimonio biocultural del pueblo Lickanantay; en Tarapacá, la cultura aymara; y en Jujuy, la Quebrada de Humahuaca, sus tradiciones, festividades y manifestaciones culturales.

Con menor frecuencia se identifican otras oportunidades vinculadas al **patrimonio arqueológico e industrial**—especialmente en Tarapacá, donde destacan los geoglifos y las oficinas salitreras declaradas Patrimonio Mundial por UNESCO—; el **turismo costero y los deportes acuáticos**, exclusivo de los territorios chilenos; la consolidación de **productos**

turísticos ya desarrollados en Jujuy, como el Tren Solar y eventos culturales; y el **astroturismo**.

En conjunto, los resultados muestran que *los actores turísticos reconocen un elevado potencial para fortalecer la competitividad del corredor a partir de la valorización de su patrimonio natural y cultural y de la construcción de productos turísticos integrados*. Sin embargo, también ponen de manifiesto la existencia de visiones contrapuestas: entre los hallazgos más relevantes también aparece una **postura crítica respecto del Corredor Bioceánico**, representada igualmente por el **12% de las respuestas**, aunque concentrada casi exclusivamente en Antofagasta. Los encuestados manifiestan preocupación por los posibles efectos del incremento del transporte de cargas sobre la disponibilidad de agua, la biodiversidad, los paisajes y la actividad turística, planteando que el desarrollo logístico podría entrar en tensión con la conservación ambiental y el turismo de naturaleza.

- **Modalidades, productos o circuitos con mejores oportunidades de desarrollo futuro:**

  El análisis de las **74 respuestas abiertas** permitió identificar once grandes líneas temáticas respecto de las modalidades y productos turísticos que los actores consideran con mayor potencial de crecimiento en el Corredor Bioceánico de Capricornio durante los próximos años. Los resultados muestran una fuerte orientación hacia productos vinculados con el patrimonio natural y cultural, acompañados por propuestas que buscan diversificar la oferta mediante experiencias especializadas y circuitos de integración regional.

La modalidad con mayor frecuencia de menciones corresponde al **turismo de naturaleza y ecoturismo**, presente en **(38%)**. Se trata del eje más transversal del estudio y aparece en los cuatro territorios, aunque con una incidencia especialmente elevada en **Salta**, donde representa más de la mitad de las respuestas, seguida por Jujuy y Antofagasta. Los encuestados destacan el potencial de los paisajes altoandinos, áreas protegidas, humedales, montañas y ecosistemas singulares para consolidar una oferta basada en experiencias de contacto con la naturaleza, observación de flora y fauna, senderismo y conservación ambiental. Estos resultados refuerzan la importancia del patrimonio natural como principal factor de competitividad del corredor.

El **turismo de aventura** constituye la segunda modalidad más mencionada **(26%)**, manteniendo una presencia relativamente equilibrada entre los cuatro territorios. En la mayoría de los casos aparece asociado al turismo de naturaleza, configurando una oferta complementaria basada en actividades como trekking, montañismo, travesías 4x4, kayak, sandboard, parapente, buceo y otras experiencias de aventura adaptadas a las características de cada destino. La reiteración de esta temática evidencia el reconocimiento del corredor como un espacio con condiciones favorables para el desarrollo de productos de turismo activo durante gran parte del año.

El tercer eje corresponde al **turismo cultural, comunitario e indígena (20%)**. Aunque aparece en los cuatro territorios, adquiere una relevancia particularmente significativa en Tarapacá, donde representa la mayor proporción relativa de menciones de esta pregunta. Las respuestas destacan el valor del turismo indígena, las experiencias comunitarias, el patrimonio cultural vivo y la participación de las comunidades locales como elementos diferenciadores de la oferta turística regional. En Salta y Jujuy también se enfatiza la integración entre patrimonio cultural, religiosidad popular, festividades tradicionales y turismo comunitario como oportunidades para generar productos con mayor identidad territorial.

El **turismo rural** constituye otra modalidad con potencial de crecimiento **(12%)**. Su presencia resulta especialmente significativa en Salta, donde las respuestas lo vinculan principalmente con los **Valles Calchaquíes**, la producción agropecuaria y las experiencias rurales asociadas a pequeñas comunidades. Si bien aparece con menor frecuencia en los demás territorios, refleja el interés por diversificar la oferta mediante propuestas vinculadas al paisaje rural, la producción local y el contacto directo con las comunidades anfitrionas.

Con igual nivel de menciones (**12%**), el **turismo gastronómico y enológico** emerge como otro segmento con importantes perspectivas de desarrollo. Las respuestas destacan especialmente el potencial de los vinos de altura, la gastronomía regional y la valorización de los productos locales, con una presencia particularmente marcada en Jujuy y Salta.

Las respuestas también ponen de relieve nuevamente la importancia de avanzar en el diseño de **circuitos turísticos binacionales (11%)**. Este tema aparece con mayor fuerza en Antofagasta y, en menor medida, en Salta, donde los participantes consideran que la articulación entre destinos de Argentina, Chile y Bolivia constituye una de las principales oportunidades derivadas de la consolidación del Corredor Bioceánico. Esta visión complementa los resultados obtenidos en la pregunta anterior, donde la integración territorial también fue señalada como una de las mayores oportunidades para el desarrollo turístico regional.

Entre las modalidades emergentes se destacan igualmente el **turismo de bienestar** (**8%**), asociado principalmente al aprovechamiento de aguas termales y servicios vinculados al bienestar físico y emocional, especialmente en Jujuy; y el **turismo de reuniones y corporativo (MICE)**(**8%**), mencionado en Antofagasta, Salta y Jujuy como una alternativa para diversificar la demanda y reducir la estacionalidad.

Finalmente, se identifican algunas modalidades de carácter más especializado, como el **turismo científico y el astroturismo**, mencionados únicamente por actores de Antofagasta, quienes destacan las excepcionales condiciones astronómicas del desierto como una oportunidad para el desarrollo de productos de intereses especiales. Asimismo, el **turismo de compras** aparece de manera puntual en algunos territorios, aunque con escasa incidencia dentro del conjunto de respuestas.

Al igual que en el análisis de los atractivos con mayor potencial, vuelve a aparecer una **visión crítica respecto del desarrollo del Corredor Bioceánico**, aunque con menor frecuencia (**5% de las respuestas**) y nuevamente concentrada exclusivamente en Antofagasta. En estos casos, los participantes expresan preocupación por los posibles impactos del incremento del transporte de cargas sobre la conservación de la naturaleza y la competitividad de la actividad turística, advirtiendo sobre el riesgo de que el corredor priorice la función logística por encima de la protección del patrimonio ambiental.

En términos generales, los resultados muestran que las expectativas de desarrollo futuro se concentran en modalidades estrechamente vinculadas con los recursos diferenciales del territorio —naturaleza, aventura, patrimonio cultural y experiencias comunitarias—, mientras que segmentos como el bienestar, el turismo científico, el enoturismo y el turismo de reuniones aparecen como oportunidades complementarias para diversificar la oferta. En conjunto, estas respuestas evidencian una visión del desarrollo turístico basada en la complementariedad territorial, la valorización del patrimonio y la creación de experiencias de mayor valor agregado, aunque también reflejan la necesidad de compatibilizar el crecimiento de la actividad con la conservación de los recursos naturales y culturales que constituyen la principal fortaleza del corredor.

- **Acciones, proyectos o inversiones a impulsar para aprovechar el Corredor Bioceánico de Capricornio:** El análisis de las **77 respuestas abiertas** constituye uno de los apartados más ricos de la encuesta, ya que permite identificar las principales prioridades de inversión y gestión que, desde la perspectiva de los actores turísticos, deberían impulsarse para aprovechar las oportunidades derivadas de la consolidación del Corredor Bioceánico de Capricornio. Si bien existe un conjunto de demandas compartidas entre los cuatro territorios, también se observan diferencias significativas que reflejan problemáticas locales y distintos niveles de madurez en la agenda de desarrollo turístico.

El tema de mayor recurrencia corresponde al **mejoramiento de la infraestructura vial y de la conectividad territorial**. Las respuestas provenientes de los cuatro territorios coinciden en señalar que la calidad y capacidad de la infraestructura constituye un requisito indispensable para fortalecer la integración turística regional. En Salta predominan las referencias a la pavimentación de la **Ruta Nacional 51**y a la mejora de corredores estratégicos como la **Ruta 40** y la **Ruta Provincial 33**hacia Cachi; en Jujuy se enfatiza la necesidad de ampliar y modernizar las **rutas nacionales 9 y 52**; mientras que en Antofagasta y Tarapacá las demandas se orientan tanto a la mejora de los accesos hacia Calama, San Pedro de Atacama y los pasos fronterizos como al fortalecimiento de la infraestructura de telecomunicaciones. En conjunto, estas respuestas evidencian que la conectividad continúa siendo percibida como la principal condición para consolidar productos turísticos integrados y mejorar la competitividad del corredor.

Un segundo eje, particularmente desarrollado por los actores de **Antofagasta**, se refiere a la necesidad de **ordenar el tránsito de cargas y desarrollar infraestructura específica para el transporte de mercancías**. Diversos participantes manifiestan preocupación por el crecimiento esperado del tránsito de camiones y sus posibles efectos sobre la experiencia turística, la seguridad vial, la calidad ambiental y la calidad de vida de las comunidades locales. Entre las propuestas más recurrentes se encuentran la construcción de rutas alternativas para el transporte de cargas, áreas de descanso para camioneros, mejoras en la gestión de residuos y mecanismos que permitan separar los flujos turísticos del transporte pesado. En Jujuy también aparecen preocupaciones vinculadas al incremento del tránsito de camiones, aunque con menor nivel de desarrollo, mientras que esta temática prácticamente no se registra en Salta y Tarapacá.

La **modernización de los procedimientos aduaneros y migratorios** constituye otro de los temas ampliamente compartidos. Los encuestados plantean la necesidad de simplificar y agilizar los trámites fronterizos, mejorar la infraestructura de los pasos internacionales y fortalecer la capacitación de los organismos competentes. Estas respuestas reflejan que la integración física del corredor requiere ir acompañada por una mayor integración institucional que facilite la circulación de personas y contribuya a mejorar la experiencia de viaje.

También se advierte una demanda de **instrumentos de financiamiento para pequeñas empresas y emprendedores turísticos**. Diversos participantes solicitan líneas de crédito con tasas accesibles que permitan incorporar equipamiento, mejorar infraestructura y desarrollar nuevos productos turísticos. Si bien este planteo también aparece en algunas respuestas de Antofagasta y Salta, es en Jujuy donde constituye uno de los ejes más claramente definidos, evidenciando la importancia que los actores locales asignan al fortalecimiento financiero de las pequeñas empresas como condición para aprovechar las oportunidades que podría generar el corredor.

Otra línea de acción identificada corresponde al **fortalecimiento de capacidades y la capacitación del capital humano**. Las respuestas destacan la necesidad de desarrollar programas permanentes de formación para empresarios, emprendedores y organismos públicos, orientados tanto a la mejora de la calidad de los servicios como al fortalecimiento de la articulación institucional. Este tema aparece mencionado en Antofagasta, Salta y Tarapacá, reafirmando que el desarrollo de infraestructura debe complementarse con inversiones en capital humano y gestión.

La **promoción turística conjunta** constituye igualmente una prioridad para diversos actores. Las propuestas incluyen la organización de ferias binacionales de prestadores turísticos, campañas de promoción internacional y acciones coordinadas para posicionar al corredor como un destino integrado. Mientras que en Jujuy surge la iniciativa concreta de realizar encuentros comerciales entre prestadores de los distintos países, en Salta se plantea la necesidad de orientar la promoción hacia mercados internacionales de larga distancia,

especialmente Europa y Estados Unidos. Estas respuestas ponen de manifiesto la importancia que los actores asignan a la cooperación regional como herramienta para incrementar la competitividad del corredor.

Uno de los hallazgos más sensibles del análisis corresponde a las respuestas vinculadas con la **gobernanza de los sitios turísticos**, identificadas exclusivamente en Antofagasta. Un reducido grupo de participantes cuestiona la gestión de determinados atractivos por parte de comunidades indígenas y propone modificar los actuales modelos de administración. Sin embargo, este resultado debe interpretarse con cautela, ya que contrasta con otras respuestas del mismo territorio —y con los hallazgos obtenidos en preguntas anteriores— que destacan precisamente el valor del patrimonio biocultural y el liderazgo de las comunidades indígenas en la planificación y gestión del turismo. En consecuencia, más que reflejar una posición predominante, estas respuestas evidencian la existencia de distintas visiones sobre los modelos de gobernanza turística dentro del propio territorio de Antofagasta.

Finalmente, la **sostenibilidad ambiental** emerge nuevamente como un eje transversal, especialmente entre los actores de Antofagasta. Las respuestas plantean la necesidad de incorporar criterios de planificación territorial, adaptación al cambio climático, protección de los recursos hídricos, conservación de ecosistemas frágiles y gestión adecuada de residuos, junto con la definición de capacidades de carga para los destinos turísticos. La reiteración de estas preocupaciones, observada también en las preguntas anteriores, confirma que una parte importante de los actores turísticos percibe que el éxito del Corredor Bioceánico dependerá de su capacidad para compatibilizar el desarrollo de la infraestructura logística con la conservación del patrimonio natural y cultural que sustenta la actividad turística.

Diferencias más marcadas entre territorios

- Antofagasta es el único territorio que registra respuestas explícitamente críticas o de rechazo hacia el corredor. Esta tonalidad crítica no tiene equivalente en volumen en Tarapacá, Salta ni Jujuy.

- Jujuy se distingue por una participación asociativa del 100%, la proporción más alta de acciones de promoción binacional reciente (38%) y el pedido de líneas de crédito accesibles para pymes.

- Tarapacá es el único territorio en el que las respuestas abiertas mencionan de forma sistemática el patrimonio arqueológico e industrial (geoglifos, oficinas salitreras UNESCO) como el activo diferencial de mayor potencial a 10 años, un tema que no aparece en los otros tres territorios.

- Salta y Jujuy muestran, con mayor frecuencia que Antofagasta y Tarapacá, la mención explícita de circuitos tri-nacionales integrados como el atractivo u oportunidad de mayor potencial.

5.2.3. Relevamiento del sector municipal

Los municipios constituyen actores clave para el desarrollo turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio, debido a su proximidad con los destinos, su capacidad para gestionar los recursos turísticos locales, su comprensión de las problemáticas y su función articuladora entre los sectores público, privado y comunitario. En este sentido, se observa una creciente incorporación de los gobiernos locales a las instancias de coordinación y planificación promovidas en torno al Corredor, fortaleciendo su participación en los procesos de integración territorial. Esta tendencia también se reflejó en el desarrollo del presente diagnóstico, cuya convocatoria alcanzó una elevada participación de municipios de las regiones de Tarapacá, Antofagasta y Salta. La única excepción fue la provincia de Jujuy, donde la respuesta institucional resultó más acotada. En conjunto, las reuniones realizadas permitieron recoger una visión territorial amplia sobre las condiciones, desafíos y oportunidades para el desarrollo del turismo en el marco del Corredor Bioceánico de Capricornio.

5.2.3.1. Resultados de la encuesta a municipios del Corredor Bioceánico de Capricornio

Con el propósito de complementar el análisis documental, la información estadística y las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo, se aplicó una encuesta a municipios y comunas pertenecientes al ámbito territorial del Corredor Bioceánico de Capricornio. El relevamiento reunió respuestas de 16 gobiernos locales de las cuatro jurisdicciones comprendidas en el estudio[2] y permitió caracterizar el estado de desarrollo turístico de los destinos, identificar fortalezas y brechas de gestión, así como conocer las expectativas y preocupaciones de los municipios frente al desarrollo del Corredor.

Si bien el número de respuestas no permite realizar inferencias estadísticas para el conjunto de municipios del corredor, el relevamiento constituye un insumo cualitativo de alto valor

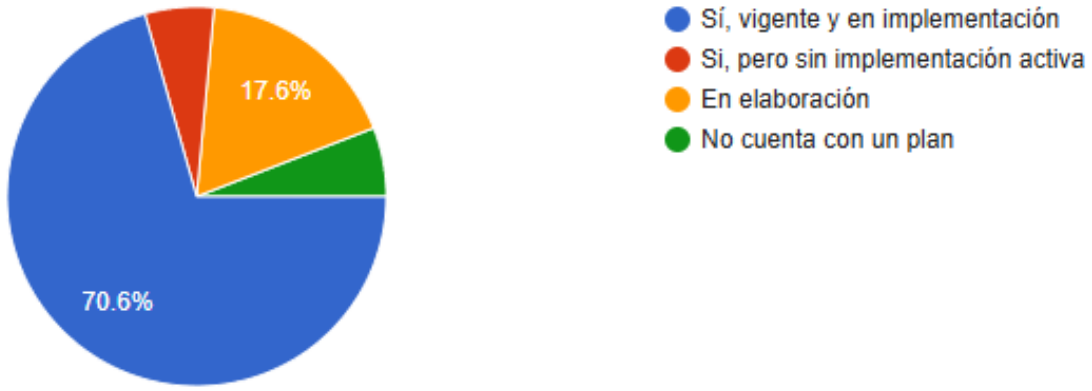
[2] La encuesta fue respondida por **16 gobiernos locales**, correspondientes a las cuatro jurisdicciones comprendidas en el ámbito del Corredor Bioceánico de Capricornio. Participaron municipios y comunas de la **Provincia de Salta** (Ciudad de Salta, San Lorenzo, Cerrillos, Aguaray, General Mosconi, Profesor Salvador Mazza y Tartagal), de la **Provincia de Jujuy** (San Salvador de Jujuy y Calilegua), de la **Región de Antofagasta** (Antofagasta, Mejillones, María Elena, Ollagüe y Taltal) y de la **Región de Tarapacá** (Pica).
El cuestionario relevó 48 variables vinculadas con la gestión turística municipal, la oferta y demanda turística, la promoción del destino, la gobernanza, las principales brechas para el desarrollo del turismo y la percepción de los gobiernos locales respecto de las oportunidades y desafíos asociados al Corredor Bioceánico de Capricornio. El análisis combinó preguntas cerradas y abiertas, permitiendo complementar los resultados cuantitativos con las opiniones y prioridades expresadas por los municipios.
Si bien la cobertura alcanzada permite identificar tendencias y patrones de interés para el diagnóstico, los resultados no constituyen una muestra estadísticamente representativa del conjunto de municipios del corredor. En particular, la participación de la Región de Tarapacá se limitó a un caso, por lo que las comparaciones entre jurisdicciones deben interpretarse con cautela. En consecuencia, los resultados se utilizan como un insumo complementario al análisis documental, la información estadística y las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo.

para comprender las capacidades institucionales existentes y las prioridades identificadas por los gobiernos locales.

Institucionalidad y capacidad de gestión turística

Los resultados muestran que **la actividad turística cuenta, en términos generales, con un reconocimiento institucional dentro de los gobiernos locales**. La mayoría de los municipios dispone de un área específica de turismo, una estrategia o plan de desarrollo y una identidad turística propia, lo que evidencia que **el turismo forma parte de la agenda de gestión local**. Sin embargo, este desarrollo institucional no se traduce necesariamente en mecanismos consolidados de gobernanza. La principal debilidad identificada corresponde a la **escasa formalización de espacios permanentes de articulación entre el sector público, el sector privado, las comunidades y otros actores locales,** observándose que la mayoría de los municipios aún no cuenta con consejos o mesas de turismo institucionalizadas.

Figura 17. Relevamiento de la existencia de un plan de turismo en el municipio



Fuente: Sistematización de respuestas de la encuesta

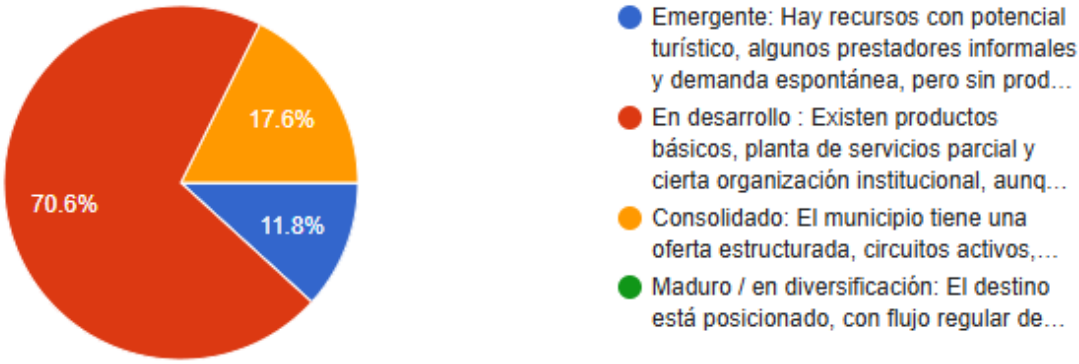
Las diferencias territoriales permiten distinguir perfiles de gestión diferenciados. Mientras las ciudades capitales concentran sus esfuerzos en fortalecer la articulación regional, diversificar mercados y consolidar procesos de promoción, los municipios del interior manifiestan mayores necesidades vinculadas con infraestructura básica, financiamiento para emprendimientos, fortalecimiento institucional y asistencia técnica. Del mismo modo, los municipios directamente vinculados con la traza del Corredor presentan mayores niveles de planificación, aunque también identifican con mayor claridad las limitaciones que podrían restringir su capacidad para absorber un incremento de visitantes.

Oferta turística, demanda y promoción

La encuesta refleja un corredor cuyo desarrollo turístico puede caracterizarse, en términos generales, como una **etapa de consolidación más que de creación de nuevos destinos**. La mayor parte de los municipios considera que su actividad turística se encuentra **"en desarrollo",** con una oferta basada principalmente en recursos naturales, patrimonio cultural e histórico y experiencias vinculadas a comunidades originarias. Esta coincidencia entre las cuatro jurisdicciones constituye uno de los principales activos para la construcción de

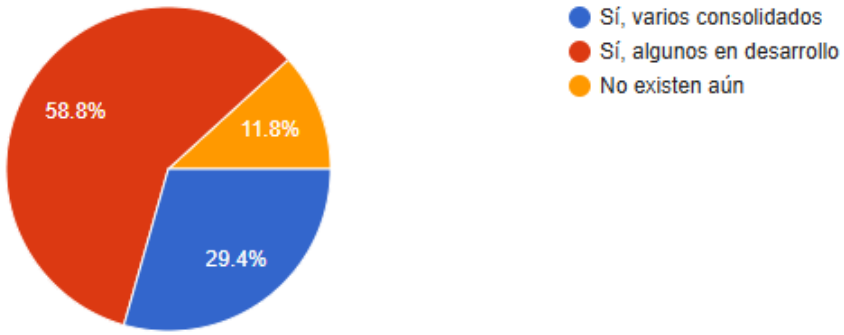
productos turísticos de carácter regional y se corresponde con la evaluación de la situación de productos turísticos estructurados en los municipios donde casi el 60% respondió que existen algunos en desarrollo. Solo el 30% consideró que su cartera de productos está consolidada.

Figura 18. Relevamiento del estadio de desarrollo turístico de los municipios



Fuente: Sistematización de respuestas de la encuesta

Figura 19. Relevamiento de la situación de productos turísticos estructurados en los municipios

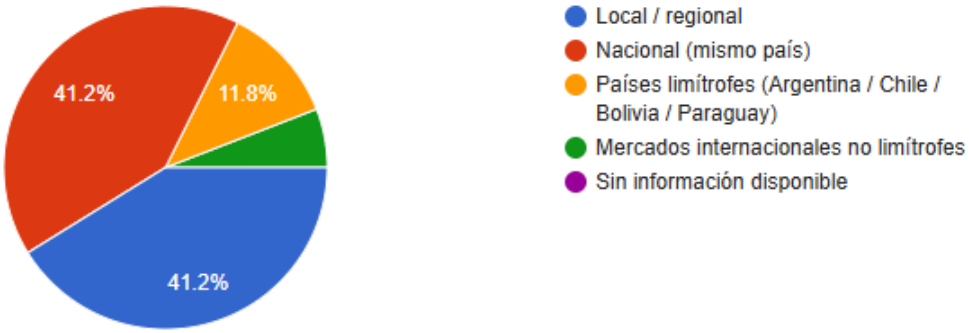


Fuente: Sistematización de respuestas de la encuesta

La **participación de comunidades indígenas aparece como un rasgo distintivo** de numerosos municipios, especialmente en aquellos donde el patrimonio cultural constituye uno de los principales atractivos turísticos. Sin embargo, las respuestas también evidencian que este potencial aún presenta un amplio margen para fortalecer su integración dentro de la oferta turística regional y de las estrategias de promoción.

En relación con la demanda, **el mercado nacional** continúa representando el principal origen de visitantes para la mayoría de los municipios. No obstante, varios gobiernos locales identifican a los mercados limítrofes —particularmente Argentina, Bolivia y Paraguay— como segmentos con potencial de crecimiento. Pese a ello, las acciones de promoción internacional siguen siendo reducidas y **predominan las estrategias de difusión dirigidas al mercado interno** mediante redes sociales, medios digitales y acciones promocionales de alcance local o regional. Esta situación revela una brecha entre el interés por captar visitantes internacionales y la capacidad efectiva para desarrollar estrategias de promoción en mercados externos.

Figura 20. Principales mercados emisivos de los municipios



Fuente: Sistematización de respuestas de la encuesta

Principales brechas para el desarrollo turístico

Las respuestas de los municipios muestran que las necesidades para fortalecer el turismo no se concentran en un único aspecto, sino que abarcan dimensiones de infraestructura, gestión, comercialización y sostenibilidad.

Entre las brechas de infraestructura se destacan el **estado de las rutas de acceso a atractivos turísticos, la señalización, el equipamiento turístico y la disponibilidad de servicios básicos**. En materia de capacidades institucionales, numerosos municipios señalaron la necesidad de **fortalecer la capacitación de recursos humanos, especialmente en idiomas**, atención al visitante y gestión turística.

En el plano comercial, **las principales limitaciones se relacionan con la promoción turística, el acceso a mercados, la comercialización de productos y el fortalecimiento de emprendimientos locales**. Finalmente, en materia de sostenibilidad, uno de los resultados más relevantes del relevamiento es el **escaso desarrollo de instrumentos vinculados con la gestión de la capacidad de carga**, aspecto que constituye una de las principales debilidades del corredor frente a un eventual incremento de los flujos turísticos.

La visión de los municipios sobre el Corredor Bioceánico

Las preguntas abiertas permiten comprender con mayor profundidad cómo los gobiernos locales perciben el desarrollo del Corredor Bioceánico desde la perspectiva turística.

Las respuestas evidencian una expectativa ampliamente compartida respecto de las oportunidades que podría generar una mayor integración regional. Los municipios consideran que el Corredor puede favorecer el incremento de visitantes, facilitar el desarrollo de circuitos turísticos integrados entre países, ampliar los mercados emisores y estimular nuevas inversiones en infraestructura y servicios turísticos. Asimismo, varios gobiernos locales identifican la posibilidad de fortalecer la cooperación entre municipios, compartir estrategias de promoción y desarrollar productos turísticos binacionales que integren naturaleza, patrimonio cultural y comunidades originarias.

Al mismo tiempo, las respuestas muestran una percepción clara de que estos beneficios dependerán de la capacidad para resolver diversas limitaciones estructurales. Entre las preocupaciones más frecuentes aparecen la insuficiente infraestructura vial, la necesidad de mejorar los pasos fronterizos y los procedimientos migratorios y aduaneros, el fortalecimiento de los servicios turísticos y la disponibilidad de recursos para acompañar el crecimiento de la demanda. También se manifiesta preocupación por la capacidad de algunos destinos para absorber mayores flujos de visitantes sin comprometer la calidad ambiental, la identidad local y el patrimonio natural y cultural.

En relación con las inversiones prioritarias, los municipios coinciden en señalar la necesidad de mejorar la infraestructura de acceso, fortalecer la conectividad, ampliar la señalización turística, incrementar la oferta de alojamiento y servicios, apoyar a los emprendedores locales

y desarrollar programas permanentes de capacitación. Asimismo, varios gobiernos locales destacan la importancia de fortalecer los mecanismos de cooperación transfronteriza, promover acciones conjuntas de promoción internacional y facilitar el desarrollo de circuitos turísticos integrados.

Hallazgos estratégicos

Los resultados del relevamiento permiten identificar algunos patrones relevantes para el desarrollo turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio.

En primer lugar, existe una institucionalidad turística básica instalada en la mayoría de los municipios, aunque persisten importantes desafíos para consolidar mecanismos permanentes de gobernanza y articulación público-privada. En segundo término, la oferta turística del corredor presenta una base temática común —naturaleza, patrimonio cultural y comunidades originarias— que constituye una plataforma favorable para el desarrollo de productos turísticos regionales e itinerarios integrados.

Asimismo, la encuesta evidencia una brecha entre el interés por captar mercados internacionales y la limitada capacidad actual de promoción fuera de los mercados nacionales, lo que sugiere la conveniencia de avanzar hacia estrategias de promoción conjunta entre los territorios del corredor. Del mismo modo, las respuestas confirman que la facilitación fronteriza constituye una condición indispensable para fortalecer la integración turística, complementando los hallazgos obtenidos en los estudios de infraestructura y en las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo.

Finalmente, el relevamiento pone de manifiesto que los municipios no enfrentan desafíos homogéneos. Mientras las ciudades capitales concentran sus prioridades en la articulación regional y la diversificación de mercados, los municipios del interior requieren fortalecer capacidades institucionales, infraestructura y apoyo al desarrollo de emprendimientos turísticos. Esta heterogeneidad sugiere que las futuras estrategias de fortalecimiento del Corredor Bioceánico deberían adaptarse a las características y necesidades de cada tipo de territorio, evitando enfoques uniformes para realidades locales claramente diferenciadas.

6. Análisis FODA e identificación de objetivos y vectores de transformación

Este capítulo sintetiza en clave estratégica el diagnóstico desarrollado en los capítulos anteriores, en tres niveles progresivos: el FODA Integrado del corredor como sistema territorial único (6.1); los FODA territoriales de las cuatro jurisdicciones (6.2); y los Hallazgos, Brechas y Vectores de Transformación Estratégica derivados de ambos (6.3), que buscan constuirse en los insumos para orientar el Plan de Inversiones.

Metodológicamente, todos los factores identificados se vinculan a uno o más de los ocho ejes diagnósticos (E1-E8), lo que permite una lectura tanto territorial como transversal del corredor.

6.1. FODA Integrado del Corredor

El Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) posibilitará evaluar de manera sistemática las condiciones internas y del entorno macroeconómico y territorial que inciden sobre el **territorio unificado** de las regiones bajo estudio (Salta y Jujuy en Argentina; Tarapacá y Antofagasta en Chile).

El objetivo de este apartado es **complementar los diagnósticos territoriales con una mirada y abordaje integral.** Se trata entonces de pensar al Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) no como la suma de cuatro sistemas turísticos provinciales o regionales, sino como un sistema territorial único.

La lectura integral del diagnóstico revela un corredor organizado en torno a un eje andino-altiplánico de alta jerarquía patrimonial y turística —que corre desde la Quebrada de Humahuaca y los Valles Calchaquíes hasta San Pedro de Atacama, pasando por la Puna— flanqueado por nodos urbanos de escala mayor que cumplen funciones de puerta de entrada, centros de distribución, servicios y conectividad internacional (Salta, San Salvador de Jujuy, Antofagasta, Calama, Iquique) que inclusive permiten acceder al océano pacífico. Esta estructura permite imaginar productos multidestino muy interesantes.

Sin embargo, la evidencia muestra que esta complementariedad potencial es, todavía, más una condición geográfica que una realidad comercial. Los cuatro territorios han avanzado con velocidades e intensidades distintas. Esta asimetría no es solo interterritorial sino también intraterritorial: dentro de cada jurisdicción existe una alta concentración de la demanda en uno o dos destinos (la Quebrada de Humahuaca en Jujuy, San Pedro de Atacama en Antofagasta, Iquique en Tarapacá), lo que multiplica el desafío de integración: primero hacia adentro de cada territorio, y luego hacia el corredor en su conjunto.

El segundo rasgo estructural del sistema es la brecha entre los logros a nivel de gobierno y la superficialidad integración binacional a nivel de comercialización y operación turística. Desde 2018, foros, comités y comisiones técnicas han producido un cuerpo creciente de acuerdos,

cronogramas y puntos focales —evidencia de una gobernanza que avanzó "de la informalidad a un esquema estructurado"— pero esa arquitectura institucional no se ha traducido en productos turísticos binacionales operando efectivamente en el mercado: las encuestas realizadas a los operadores turísticos dan cuenta de solo un 30% mantiene vínculos activos con otras empresas del país vecino y un 51% del sector privado del corredor todavía no ha establecido ningún vínculo comercial binacional, pero también expresan una voluntad extendida del empresariado por vincularse comercialmente con empresarios del país vecino[1]. Por otro lado las demoras e ineficiencias en los pasos fronterizos y el esquema regulatorio de "circuitos espejo" impiden, en la práctica, que un mismo vehículo opere un circuito abierto entre ambos países. El corredor turístico, en otras palabras, existe como proyecto político y como aspiración de los actores territoriales —reflejada en el alto conocimiento y la expectativa positiva registrados en el relevamiento propio— pero todavía le falta mucho para convertirse en producto comercializable.

Un tercer eje es el modo en que las tendencias globales del turismo dialogan con los atractivos del corredor. La búsqueda de experiencias auténticas, sostenibilidad, turismo de naturaleza y aventura, y astroturismo u otras modalidades que integran ciencia y turismo corresponde exactamente a los activos diferenciales del CBC —cielos límpidos, ecosistemas únicos, patrimonio cultural y manifestaciones culturales propias con mucha identidad—. Esto sitúa al corredor en una posición favorable frente a la demanda internacional emergente. Los propios empresarios reconocen que cuentan el territorio con áreas geográficas de alto valor[a], asi como tipologías de productos como el turismo cultural interesado en el patrimonio arqueológico, histórico e industrial, el turismo vivencial, la naturaleza, aventura, astroturismo y el turismo termal.

Un cuarto rasgo estructural, menos visible en la enunciación política del corredor pero con fuerte anclaje en la evidencia relevada, es la tensión entre la vocación turística que este diagnóstico busca consolidar y la lógica original —y todavía dominante— del corredor como eje de transporte de cargas e integración comercial. El propio Plan Maestro concibe al CBC ante todo como una plataforma de conectividad multimodal y de facilitación del comercio, sobre la cual el turismo se inserta como una cadena de valor adicional, no como su razón de ser. El incremento del tránsito de camiones sobre rutas de uso turístico, la competencia por infraestructura y suelo con actividades extractivas —particularmente la minería en Antofagasta y Tarapacá— y los riesgos sociales asociados a la circulación de cargas en localidades de tránsito no son externalidades menores: son una condición estructural con la que la actividad turística deberá aprender a convivir. Consolidar al CBC como destino turístico no implica suprimir esta tensión, sino gestionarla desde el diseño mismo de la infraestructura logística, y no como una consideración posterior.

Finalmente, el diagnóstico deja ver que la gobernanza turística del corredor enfrenta una tensión de escalas: las decisiones que condicionan la integración turística (normativa

[1] De hecho, de los 15 casos con relación activa y buenos resultados, únicamente participan empresarios de Antofagasta y Salta, lo que evidencia una brecha territorial marcada dentro del propio corredor

migratoria, administración de pasos fronterizos, política aerocomercial, ejecución de obras viales, seguridad, régimen de transporte, categorización de prestadores) exceden la competencia de los actores provinciales y regionales y dependen de definiciones nacionales, mientras que el compromiso político y la capacidad de gestión más sólidos se encuentran, precisamente, en el nivel subnacional. Consolidar al CBC como destino turístico internacional integrado requerirá, entonces, no solo más infraestructura o promoción, sino una estrategia deliberada para cerrar estas brechas —territorial, de convivencia con la lógica logística, comercial y de escala de gobernanza— capitalizando una ventana de oportunidad de demanda internacional que ya está alineada con lo que el corredor tiene para ofrecer.

A continuación se presenta el análisis FODA integral enunciado en factores estratégicos integran transversalmente los ocho ejes del diagnóstico (posicionamiento territorial, oferta, infraestructura y conectividad, demanda, comercialización, formalización y capital humano, sostenibilidad, y gobernanza) y las cuatro jurisdicciones del corredor. No se presentan organizados por eje ni por territorio: cada factor sintetiza evidencia convergente de distintos capítulos y, cuando corresponde, de más de una jurisdicción.

Los aspectos o factores identificados se han organizado en:

(i) **Análisis Interno (Factores Endógenos)**: donde se distinguen **fortalezas** (Atributos del territorio, capacidades técnicas instaladas, activos patrimoniales o recursos estratégicos que confieren una ventaja competitiva sostenible a la macrorregión) y **debilidades** (Limitaciones estructurales, brechas operativas, carencias normativas o factores internos que restringen el rendimiento competitivo del destino o lo posicionan en desventaja frente a mercados alternativos);

(ii) **(ii) Análisis Externo (Factores Exógenos):** con las **oportunidades** (Tendencias del entorno global o regional, mutaciones en las preferencias de los mercados emisores o dinámicas contextuales (como la propia consolidación física y logística del CBC) que pueden ser capitalizadas mediante estrategias proactivas y **amenazas** (Factores del macroentorno institucional, volatilidad económica, dinámicas geopolíticas, contingencias climáticas o presiones de la competencia global que revisten un riesgo potencial para el éxito y la sostenibilidad de la estrategia).

Cada factor indica, en su columna derecha, el o los ejes del diagnóstico de los que se desprende principalmente (máximo dos por factor).

6.1.1. Fortalezas (factores internos positivos)

#	Factor estratégico	Eje(s)
F1	Complementariedad geográfica y de producto: la sucesión de ambientes que combina desierto de altura, altiplano, salares, quebradas patrimoniales y yungas subtropicales y costa sobre el océano atlántico en un mismo itinerario constituye un activo territorial único en Sudamérica. Esta diversidad biogeográfica y paisajística habilita la estructuración de productos multidestino de escala internacional, difícilmente replicables por corredores turísticos competidores de la región.	E1 E2
F2	San Pedro de Atacama como ancla de proyección internacional: su consolidación como principal hub receptor del corredor, con alta estancia media y fuerte atracción de mercados internacionales, funciona como locomotora de visibilidad capaz de traccionar demanda hacia productos combinados con el resto del corredor si se gestiona adecuadamente su capacidad de derrame.	E1 E4
F3	Reconocimiento social de la complementariedad como ventaja: los propios actores territoriales consultados coinciden en interpretar la heterogeneidad de estadios de desarrollo turístico entre jurisdicciones no como una debilidad sino como una oportunidad de especialización complementaria con oportunidades para diversificar la oferta, atraer nuevos segmentos de mercado y hacer crecer al sector.	E1 E8
F4	Posicionamiento geoestratégico como corredor de integración continental: la ubicación del territorio entre los océanos Atlántico y Pacífico, y su condición de uno de los principales corredores de integración física de Sudamérica, constituye un activo de visibilidad y reconocimiento institucional previo sobre el cual el turismo puede apalancarse, sin necesidad de construir posicionamiento desde cero.	E1
F5	Patrimonio cultural y comunidades indígenas como actores activos: la presencia de comunidades atacameñas, collas y otros pueblos originarios así como comunidades criollas con tradiciones propias, festividades y tradiciones populares muy vigentes junto a sitios de valor patrimonial mundial, histórico y arqueológico (como el Qhapaq Ñan), configura una oferta cultural auténtica. El desplazamiento documentado desde una visión de las comunidades como "atractivo" hacia su rol como actores de la planificación fortalece la sostenibilidad social del corredor.	E2 E7
F6	Mejora ya visible de la imagen urbana y el espacio público en los municipios turísticos, particularmente en Chile: el trabajo de campo relevó un esfuerzo sostenido de varios municipios del corredor por mejorar la imagen urbana, ordenar el espacio público y embellecer las localidades turísticas, un proceso todavía disperso entre municipios pero que constituye una base concreta para un eje estratégico de desarrollo urbano turístico a escala de todo el corredor.	E2 E8
F7	Nodos aeroportuarios internacionales en los extremos del corredor: Salta-Jujuy y el sistema Antofagasta–Calama–Iquique concentran conexiones internacionales y un tráfico aéreo en expansión (nuevas rutas y vuelos anunciados en este año). Esta arquitectura de "puertas de entrada" en ambos extremos permite pensar el corredor como un circuito con acceso internacional directo desde sus dos polos.	E3
F8	Infraestructura binacional operativa en el eje principal: el Paso de Jama, con Complejo de Control Integrado plenamente operativo y la mejor infraestructura entre los pasos del corredor, junto con la ruta de acceso asfaltada y el anuncio del vuelo directo Jujuy–Iquique (aún sin operar), constituyen avances concretos así como la reciente apertura del Paso de Sico que se encuentra ya habilitado para todo tipo de tránsito.	E3
F9	Alineación con las tendencias globales de demanda: el auge internacional del turismo de naturaleza, aventura, astroturismo y experiencias auténticas coincide con los atributos diferenciales del corredor, lo que lo posiciona favorablemente frente a segmentos de alto valor agregado y creciente disposición al gasto.	E4

#	Factor estratégico	Eje(s)
F10	Marcas-destino subnacionales consolidadas: "Salta, Tan Linda que Enamora", "Jujuy, Energía Viva" y "Antofagasta, un universo por descubrir" así como “Desierto de Atacama” cuentan con trayectoria, reconocimiento y arquitectura digital propia. Esta base de posicionamiento ya instalada constituye una plataforma aprovechable para construir, sin partir de cero, una narrativa de marca conjunta del corredor.	E5
F11	Creciente apropiación digital del sector privado: los altos niveles de conocimiento de la iniciativa del corredor y de uso de canales digitales de comercialización (redes sociales, sitios propios, mensajería) entre los prestadores turísticos relevados constituyen una base de adopción tecnológica sobre la cual construir estrategias de comercialización conjunta.	E5
F12	Base formativa e institucionalidad turística de rango jerárquico: la existencia de estructuras educativas especializadas y de una institucionalidad turística con rango ministerial y consejos asesores formales en algunos territorios ofrece una base de capital humano y de conducción política replicable hacia el resto del corredor.	E6 E8
F13	Gobernanza binacional en proceso de institucionalización: la evolución desde instancias informales hacia un esquema con foros comités y puntos focales, cronogramas y mecanismos de reporte, sumada al compromiso político explícito de los gobiernos subnacionales con el proyecto, otorga al corredor una base institucional sobre la cual construir acuerdos comerciales concretos.	E8
F14	Ecosistema de gestión territorial más desarrollado en los nodos ancla: instrumentos públicos como los PTI o Programas de Desarrollo y Fortalecimiento de zonas emergentes, junto con mesas público-privadas activas, demuestran que allí donde existe institucionalidad dedicada, el sector logra consolidarse y sostener resultados valorados positivamente por los actores.	E8
F15	Densidad institucional multinivel y creciente articulación municipal: el corredor cuenta con un entramado institucional más desarrollado de lo esperado para un proceso de integración transfronteriza —políticas nacionales recientes, gobiernos regionales y provinciales, municipios, cámaras empresariales, Programas Territoriales Integrados (PTI), Zonas de Interés Turístico (ZOIT), universidades y organizaciones comunitarias—, con una institucionalidad turística municipal particularmente destacable y una participación mayoritariamente alta de los gobiernos locales en las instancias de consulta (con la excepción de Jujuy), que evidencia capacidad de movilización territorial.	E8

6.1.2. Debilidades (factores internos negativos)

#	Factor estratégico	Eje(s)
D1	Concentración territorial de la oferta ya desarrollada y la demanda: la Quebrada de Humahuaca reúne más de la mitad de las plazas de alojamiento de Jujuy, San Pedro de Atacama concentra buena parte de los destinos visitados en la región de Antofagasta, la Ciudad de Salta el 60% de las plazas e Iquique domina la oferta de Tarapacá. Esta concentración limita el aprovechamiento de territorios de alto potencial diferencial aún no desarrollados.	E1 E2
D2	Esquema regulatorio de "circuitos espejo": la normativa vigente impide que un mismo vehículo transporte pasajeros de ida y vuelta entre ambos países, obligando a esquemas de trasbordo que generan regresos vacíos, sobrecostos operativos y desincentivan la estructuración de circuitos binacionales abiertos, limitando la escalabilidad comercial de los productos integrados.	E3 E8

#	Factor estratégico	Eje(s)
D3	Brechas de interoperabilidad fronteriza: los controles migratorios y aduaneros manuales, la ausencia de digitalización y las tasas diferenciales en los pasos internacionales —identificados como el principal problema por la mayoría de los encuestados— constituyen el cuello de botella operativo más señalado para el desarrollo de circuitos turísticos binacionales regulares, que se agravan ante una infraestructura y equipamiento no acordes a los requerimientos y calidad en los servicios.	E3
D4	Flujos intrarregionales subaprovechados: el intercambio turístico entre las propias jurisdicciones del corredor es marcadamente asimétrico, advirtiéndose más salteños y jujeños viajando al norte de Chile que viceversa, lo que indica que la integración interna del corredor está incluso menos desarrollada que su proyección hacia mercados externos.	E3 E4
D5	Competencia interna por infraestructura y suelo con otras actividades productivas: en territorios donde la minería u otras industrias constituyen el motor económico dominante, la alta ocupación de la infraestructura disponible desincentiva el desarrollo de proyectos turísticos complementarios, generando tensión entre agendas productivas dentro de un mismo territorio.	E3 E7
D6	Déficits transversales de infraestructura básica de soporte turístico: el estado de las rutas de acceso a atractivos, la señalización turística y la disponibilidad de servicios básicos y sanitarios así como la infraestructura turística habilitante presentan brechas significativas fuera de los nodos consolidados, afectando de manera especial a las comunas y municipios más pequeños, los territorios rurales y sitios de valor patrimonial.	E3
D7	Percepción de desprotección e inseguridad en zonas de frontera y pasos andinos: la Política Regional de Turismo de Tarapacá (PRT) identifica la seguridad como una debilidad, en línea con lo relevado en encuentros con actores públicos y privados —en particular en localidades próximas a los pasos fronterizos—, donde se advierte preocupación tanto por la protección de niñas, niños y adolescentes como por la seguridad del turista. Las condiciones de altura extrema y clima en los pasos andinos suman un factor adicional a esta percepción de vulnerabilidad, en un ámbito donde la seguridad constituye una condición habilitante básica de la actividad turística.	E3 E7
D8	Integración binacional no materializada comercialmente: pese a una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada —cada territorio promueve y vende principalmente su propia oferta, con escasa construcción de paquetes multidestino y venta cruzada entre operadores de ambos países—, y es muy débil la comercialización desde Chile de productos turísticos conjuntos con el norte argentino. La articulación comercial binacional carece de continuidad, y la brecha entre la mayor integración institucional gubernamental y la superficialidad comercial constituye la debilidad estructural más relevante del corredor.	E5
D09	Integración empresarial rezagada respecto de la institucional: el proceso de integración del corredor se encuentra más consolidado en el plano de los gobiernos y organismos públicos que en el tejido empresarial privado, lo que limita la traducción de los acuerdos binacionales en productos y alianzas comerciales efectivas entre operadores de ambos países.	E8 E5
D10	Persistencia sin avances de la agenda de marca conjunta: pese a la existencia de marcas provinciales y regionales consolidadas, el corredor carece de una identidad turística compartida y de una narrativa común que permita posicionarlo como destino internacional integrado. La construcción de esa marca unificada se identifica reiteradamente, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos, lo que refleja una dificultad recurrente para traducir el consenso político en decisiones operativas de comercialización conjunta. A esto se suma la ausencia, en los cuatro territorios, de planes de marketing internacional sostenidos en el tiempo y de estrategias digitales específicamente orientadas a mercados externos, así como de una línea de trabajo dedicada a la internacionalización comercial de las empresas turísticas.	E5 E8

#	Factor estratégico	Eje(s)
D11	Brechas de capital humano e innovación: las competencias lingüísticas, la atención al viajero internacional, la digitalización, la comercialización y la adopción de estándares de calidad certificados continúan siendo limitadas de manera compartida en las cuatro jurisdicciones, mientras que la informalidad laboral del sector se identifica en todos los territorios como una gran debilidad, limitando la competitividad conjunta de la oferta.	E6
D12	Gobernanza binacional sin capacidad decisoria propia: los funcionarios provinciales y regionales que integran las comisiones técnicas del corredor no tienen competencia para modificar la normativa migratoria o de transporte, que depende de niveles nacionales, generando una brecha entre el ámbito donde se negocia la integración turística y el ámbito donde efectivamente se decide.	E8
D13	Vacíos de información estadística e inteligencia de mercado: la dificultad para acceder a datos consistentes sobre movimiento de frontera y flujos turísticos binacionales, así como tableros públicos con información provincial y/o regional, limita la capacidad de diseñar políticas y de monitorear el impacto real de las medidas de integración, debilitando la toma de decisiones basada en evidencia. El corredor tampoco cuenta con un sistema permanente de inteligencia turística (observatorio, prospectiva de mercados, monitoreo continuo de la demanda) que dé continuidad a estos datos más allá de relevamientos puntuales.	E8

6.1.3. Oportunidades (factores externos positivos)

#	Factor estratégico	Eje(s)
O1	Potencial de ampliación hacia terceros países: la incorporación de circuitos con Bolivia ampliaría la escala de los productos binacionales existentes y multiplicaría las combinaciones posibles de productos multidestino, reforzando el atractivo internacional del corredor.	E1
O2	Capitalización turística de la marca "corredor bioceánico": el reconocimiento ya instalado del CBC como proyecto de integración continental en ámbitos comerciales, logísticos y políticos constituye una oportunidad de posicionamiento todavía no explotada para el turismo, que podría apoyarse en esa notoriedad previa para construir una narrativa de destino internacional diferenciada, en lugar de partir de cero.	E1 E5
O3	Diversificación económica mediante distintas modalidades de turismo (turismo de reuniones y eventos, náutico, de entretenimiento, de bienestar y compras, de cruceros, gastronomía, etc.) emerge como alternativa viable para dinamizar economías de nodos urbanos consolidados, ofreciendo una vía de diversificación de ingresos turísticos complementaria a los productos de naturaleza y cultura.	E2 E4
O4	Consolidación física del corredor bioceánico: las obras de infraestructura vial y de conectividad aérea en curso, junto con iniciativas como el vuelo directo Jujuy–Iquique (anunciado en el primer semestre de 2026 y aún sin operar), reducen progresivamente las fricciones de acceso y habilitan la puesta en marcha de nuevos productos turísticos binacionales en el corto y mediano plazo.	E3
O5	Fortalecimiento de los flujos intrarregionales como primer escalón de integración: la marcada asimetría en los intercambios turísticos entre las propias jurisdicciones del corredor representa, al mismo tiempo, una oportunidad de bajo costo relativo: estimular la demanda interna del corredor antes o en paralelo a consolidar su proyección internacional.	E3 E4
O6	Atracción de cooperación internacional y financiamiento: la condición del corredor como proyecto de integración prioritario para organismos multilaterales y gobiernos nacionales y subnacionales genera condiciones favorables para acceder a programas de cooperación técnica y financiamiento destinados a infraestructura, promoción, innovación y sostenibilidad turística, ampliando la disponibilidad de recursos más allá de los presupuestos propios de cada jurisdicción.	E8 E3
O7	Alineación con las tendencias globales de demanda: la demanda internacional hacia experiencias auténticas, turismo de naturaleza, aventura y turismo que se vincule con la ciencia como el astroturismo coincide con los activos diferenciales del corredor, generando una ventana favorable para captar segmentos de alto valor agregado antes de que otros destinos sudamericanos posicionen ofertas equivalentes.	E4
O8	Mercados emisores en expansión estratégica: el crecimiento de mercados como China, la consolidación de Brasil como mercado líder hacia la región y la proximidad de Paraguay como mercado de alta frecuencia ofrecen focos concretos de diversificación de la demanda internacional del corredor.	E4
O9	Segmento de viajeros de mayor edad con alta disponibilidad de tiempo y gasto: el crecimiento del segmento de mayores de 50 años a nivel global, con preferencia por experiencias culturales y de naturaleza de bajo impacto físico, es especialmente compatible con la oferta patrimonial y paisajística del corredor.	E4
O10	Adopción de inteligencia artificial en la planificación de viajes: la incorporación de agentes de IA generativa en la búsqueda y recomendación de destinos favorece a los territorios con contenido digital de calidad y patrimonio bien documentado, una oportunidad para que los atributos diferenciales del corredor sean mejor identificados por estos sistemas.	E5

#	Factor estratégico	Eje(s)
O11	Crecimiento del turismo sostenible y certificado en América Latina: la demanda internacional por operadores y destinos certificados en sostenibilidad, en expansión sostenida en la región, favorece a un corredor con patrimonio natural protegido y comunidades indígenas activas, siempre que se profundice la adopción de sellos y estándares de sostenibilidad.	E7
O12	Arquitectura institucional multinivel ya activa: la existencia de espacios de diálogo consolidados —el Foro de los Territorios Subnacionales, los Comités NOA–Norte Grande, la agenda binacional de integración chilena— ofrece canales ya disponibles para escalar decisiones de integración turística sin necesidad de crear nueva institucionalidad desde cero.	E8
O13	Capital político y expectativas favorables ya instaladas: el alto conocimiento de la iniciativa entre los actores privados y la expectativa mayoritariamente positiva sobre sus beneficios futuros, junto con el compromiso explícito de los gobiernos subnacionales, constituyen una base de legitimidad social sobre la cual construir compromisos más ambiciosos.	E8

6.1.4. Amenazas (factores externos negativos)

#	Factor estratégico	Eje(s)
A1	Vulnerabilidad frente al cambio climático de los ecosistemas que sostienen la oferta: la mayor parte de los atractivos principales del corredor se localiza en ambientes de elevada fragilidad ambiental —desierto, puna, salares, humedales altoandinos, áreas protegidas y yungas—, cuya alteración por efecto del cambio climático (estrés hídrico, retroceso glaciar, eventos extremos) podría degradar el recurso base sobre el que se sostiene la propuesta de valor turística del corredor, independientemente del nivel de actividad turística.	E7 E2
A2	Presión de actividades productivas competidoras por infraestructura y suelo: en los territorios donde la minería u otras industrias concentran la inversión y la capacidad logística instalada, el turismo corre el riesgo de quedar relegado a un rol secundario en la asignación de recursos públicos y privados.	E3 E7
A3	Riesgos climáticos sobre la conectividad transfronteriza: los cierres temporales de pasos internacionales por condiciones climáticas, segunda causa de interrupción más señalada por los encuestados, amenazan la confiabilidad operativa de los circuitos binacionales y pueden desalentar su comercialización por parte de los operadores receptivos.	E3
A4	Volatilidad macroeconómica y cambiaria en Argentina: las fluctuaciones económicas del país inciden directamente sobre los flujos de turismo emisivo y receptivo del corredor, como lo evidencia la contracción reciente de turistas internacionales pese a señales de recuperación, introduciendo una incertidumbre estructural difícil de gestionar desde la política turística subnacional.	E4
A5	Competencia de corredores y destinos sudamericanos más consolidados: otros destinos multidestino de la región, con mayor integración comercial binacional ya operativa, compiten por los mismos segmentos internacionales de naturaleza, aventura y cultura que el CBC intenta capturar, en una ventana de oportunidad que no permanecerá abierta indefinidamente.	E4 E5
A6	Desigual capacidad de absorción de la demanda creciente: si la demanda crece más rápido que la capacidad de gestión, formalización y control de impacto ambiental de los territorios menos preparados, existe el riesgo de un crecimiento turístico no sostenible que erosione los propios atractivos.	E7 E4
A7	Riesgos sociales asociados a la dinámica del transporte de cargas: el incremento del tránsito de camiones en corredores turísticos sensibles conlleva riesgos sociales documentados —incluyendo situaciones de vulneración de derechos de niñas, niños y adolescentes en localidades de tránsito— que exigen marcos de protección social y salvaguardas específicas para no comprometer la sostenibilidad social del corredor.	E7
A8	Presión ambiental sobre ecosistemas frágiles: el crecimiento no planificado del tránsito turístico y de cargas sobre salares, altiplano y áreas protegidas, sumado a desafíos de gestión de residuos y ordenamiento de paradores, amenaza la integridad de los mismos recursos naturales que sostienen la propuesta de valor del corredor.	E7
A9	Asimetrías normativas que exceden la competencia subnacional: las diferencias en materia migratoria, de transporte y de categorización de prestadores entre Argentina y Chile dependen de definiciones a nivel nacional, por lo que los avances alcanzados en el plano subnacional pueden estancarse si no logran traducirse en decisiones vinculantes de ambos Estados.	E8
A10	Dependencia de decisiones y financiamiento centralizados: la concentración de definiciones normativas y presupuestarias en las capitales nacionales puede desalinear los tiempos de la agenda turística subnacional respecto de las prioridades nacionales, ralentizando la implementación de acuerdos ya alcanzados en los foros del corredor.	E8

#	Factor estratégico	Eje(s)
A11	Riesgo de estancamiento de la agenda de integración en el plano declarativo: la reiteración, foro tras foro, de temas pendientes sin resolución —como la marca conjunta o el régimen de transporte turístico— evidencia un patrón de fatiga institucional que, de profundizarse, podría erosionar la legitimidad del proceso ante los propios actores privados.	E8
A12	Brechas de información que dificultan la anticipación de riesgos: la escasez de estadísticas regionales o provinciales limita la capacidad de los organismos públicos y entidades privadas para anticipar y mitigar oportunamente factores que puedan impactar en la actividad turística.	E8

6.2. Matrices FODA Territoriales

Esta sección presenta el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de cada uno de los cuatro territorios que integran el Corredor Bioceánico de Capricornio: las provincias de Salta y Jujuy (Argentina) y las regiones de Antofagasta y Tarapacá (Chile). Las cuatro matrices se elaboraron a partir del Diagnóstico Estratégico y de los Diagnósticos territoriales correspondientes.

6.2.1. FODA – Jujuy (Argentina)

F | FORTALEZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Diversidad geográfica en cuatro regiones de fuerte contraste (Puna, Quebrada, Valles, Yungas), uno de los principales activos diferenciales del destino.	E1
2	Patrimonio de jerarquía internacional: Quebrada de Humahuaca (Patrimonio Mundial UNESCO, 2003), Qhapaq Ñan – Sistema Vial Andino y Reserva de Biosfera de las Yungas (UNESCO), que suman reconocimientos internacionales de jerarquía mundial en recursos culturales y naturales.	E1 · E2
3	Posición nodal en el CBC: único paso fronterizo del corredor con Complejo de Control Integrado operativo para todo tipo de tránsito (Paso de Jama), de mejor infraestructura entre los pasos del corredor.	E1 · E3
4	Antecedentes y experiencias de cooperación e integración internacional, especialmente en el ámbito regional y transfronterizo —acuerdos con la Región de Tarapacá (2024) y la Región de Arica y Parinacota (2023), oficina internacional de ZOFRI en San Salvador de Jujuy y participación activa en los Foros del CBC (sede del VII Foro, octubre 2025)—, que constituyen una base a consolidar mediante mayor continuidad institucional.	E1 · E8
5	Propuesta de circuitos binacionales ya diseñada y lista para comercializar (AJAVYT), primer antecedente concreto de articulación comercial formal con Chile.	E2 · E5
6	Productos turísticos innovadores con proyección binacional: Tren Solar de la Quebrada, Ruta del Vino, Ruta de los Cielos y reconocimiento Best Tourism Village (Caspalá 2021, Maimará 2025).	E2
7	Turismo rural comunitario consolidado —uno de los procesos más avanzados de Argentina, sustentado en más de 120 emprendimientos y en políticas públicas de fortalecimiento comunitario.	E2 · E4 · E6
8	Institucionalidad turística consolidada a escala provincial que articula la gobernanza público-privada provincial.	E2 · E8
9	Gastronomía jujeña con creciente posicionamiento, y potencial de desarrollo vitivinícola y enoturístico en la Quebrada de Humahuaca como producto complementario emergente.	E2
10	Único aeropuerto internacional de la provincia (Gobernador Horacio Guzmán), con una conexión aérea directa a Iquique anunciada en el primer semestre de 2026 que aún no ha comenzado a operar.	E3
11	Crecimiento sostenido y significativo del turismo: de USD 75 millones y 18.000 empleos (2015) a USD 315 millones y 28.000 empleos (2025).	E4
12	Marca turística consolidada ("Jujuy, Energía Viva") con presencia nacional digital sólida y participación sostenida en ferias internacionales (ITB Berlín, WTM Latin America, FITPAR, IFTM Top Resa).	E5
13	Oferta académica de formación turística de grado y pregrado, complementada por iniciativas permanentes de capacitación profesional a partir del CAPTUR.	E6
14	Amplia superficie de áreas naturales protegidas (40% del territorio provincial), por encima de otras provincias argentinas.	E7
15	Instrumentos de planificación turística consolidados y vigentes (PETS 2035, Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de San Salvador de Jujuy 2030).	E8

O | OPORTUNIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Sinergias con el desarrollo minero del litio (Triángulo del Litio) para captar un segmento de turismo corporativo de alta capacidad de gasto.	E1 · E4
2	Formalización de la propuesta de circuitos binacionales de AJAVYT como producto turístico estandarizado y de comercialización regular.	E2 · E5
3	Diversificación hacia la Puna y las Yungas, regiones de menor desarrollo relativo pero de alto potencial diferencial (astroturismo, ecoturismo, turismo rural comunitario).	E2 · E7
4	Desarrollo de un Centro de Convenciones en San Salvador de Jujuy y consolidación de la ciudad como destino urbano en sí mismo, más allá de su función de nodo logístico.	E2
5	Aprovechamiento del reconocimiento internacional Best Tourism Village (Maimará, Caspalá) como plataforma de promoción en mercados internacionales.	E2 · E5
6	Ampliación de la oferta de alojamiento y servicios en la Puna, aprovechando su acceso directo al Paso de Jama como puerta de entrada al corredor.	E2 · E3
7	Vuelo internacional directo Jujuy–Iquique, anunciado en el primer semestre de 2026 y aún sin operar: sería la primera conexión aérea directa entre Jujuy y el norte de Chile.	E3
8	Fortalecimiento de la interoperabilidad aduanera y migratoria en el Paso de Jama, en línea con las recomendaciones del Informe de Facilitación del Comercio del PM-CBC.	E3 · E8
9	Cartera de inversiones en infraestructura vial y logística del PM-CBC (pavimentación de la RP 79, Bypass de Humahuaca, postas camioneras en Volcán y Susques).	E3
10	Desarrollo de un modelo normativo de tránsito turístico binacional que permita superar el esquema de "circuitos espejo" vigente entre Argentina y Chile.	E3 · E8
11	Interés creciente de mercados de larga distancia (Estados Unidos, Canadá) identificado por empresarios turísticos jujeños, aún sin estrategia formal de promoción.	E4 · E5
12	Iniciativa Jujuy Verde: Carbono Neutral 2050 como plataforma de posicionamiento ambiental del destino ante la demanda internacional de alta valoración de la sostenibilidad, y marco para el desarrollo de productos de bajo impacto de carbono.	E5 · E7

D | DEBILIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Alta concentración territorial de la oferta: la Quebrada de Humahuaca reúne el 50,2% de las plazas de alojamiento, mientras la Puna apenas alcanza el 7,6%.	E2
2	Señalética turística insuficiente, reconocida como brecha explícita por el propio PETS.	E2 · E8
3	Ausencia de agencias de excursiones locales en la Puna, con la operación turística centralizada en otros centros emisores.	E2
4	Falta de servicios de alojamiento de alta gama (hoteles 5 estrellas), lo que limita la captación de segmentos de mayor poder adquisitivo y de turismo internacional premium.	E2
5	Concentración de la oferta organizada de excursiones y servicios receptivos en la ciudad de San Salvador de Jujuy: en numerosos destinos del interior provincial —no solo en la Puna, sino también en otras regiones turísticas— la disponibilidad de circuitos y servicios receptivos es limitada, lo que reduce la permanencia de los visitantes y restringe la distribución territorial de los beneficios del turismo.	E2 · E5
6	Infraestructura básica limitada en la Puna y las Yungas (gas, energía eléctrica y otros servicios esenciales), con tramos viales en mal estado como la Cuesta de Lipán.	E3
7	Ineficiencias del esquema de "circuitos espejo" y brechas de interoperabilidad documentadas en el Paso de Jama (control migratorio manual, ausencia de control migratorio chileno en el sector de cargas desde 2014, incremento del 900% en la tasa migratoria argentina en 2024).	E3 · E8
8	Tensión creciente entre el tránsito de cargas (minero y de comercio exterior) y la experiencia turística sobre la RN 52, con congestión en Volcán y Susques.	E3 · E7
9	Asimetría comercial binacional: presencia marginal de la oferta jujeña en las carteras comerciales de operadores chilenos, pese a su sólida posición en el mercado argentino.	E5
10	Falta de continuidad en las estrategias de promoción internacional del destino, con acciones puntuales que no siempre se sostienen en el tiempo.	E5
11	Brecha de comercialización binacional: necesidad de fortalecer la presencia promocional sostenida de Jujuy en los mercados de Antofagasta y Tarapacá, y ausencia de espacios institucionalizados de vinculación comercial (workshops, viajes de familiarización recíprocos, rondas de negocios) más allá de la propuesta ya desarrollada por AJAVYT.	E5
12	Necesidad de fortalecer la inteligencia turística y el marketing digital: las estadísticas oficiales publicadas resultan escuetas y no generan información suficiente para el monitoreo de mercados y la toma de decisiones; la provincia no cuenta con un plan específico de marketing turístico internacional ni con una estrategia integral de promoción digital orientada a mercados prioritarios.	E5 · E8
13	Informalidad laboral que, según el PETS, duplica la media nacional.	E6
14	Escasa articulación institucional provincial-municipal en la gestión turística y capacidades técnicas desiguales entre los 60 municipios de la provincia, particularmente en los de menor desarrollo relativo (Puna, Yungas).	E6 · E8
15	Brecha de recursos humanos capacitados en gastronomía y hotelería, persistente pese a la oferta de capacitación de CAPTUR y la UNJu.	E6

A | AMENAZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Fragilidad ambiental de los salares y lagunas altoandinas de la Puna por conflicto entre minería y turismo.	E1 · E7

A | AMENAZAS		
2	Riesgo de no capitalizar plenamente los beneficios del corredor si su consolidación física no se acompaña de productos binacionales formalizados y de una articulación comercial activa con Chile.	E1 · E5 · E8
3	Expansión de la actividad minera sin instrumentos de ordenamiento territorial que garanticen su coexistencia con el turismo en la Puna.	E1 · E7
4	Competencia de la ciudad de Salta como destino dominante del NOA, incluida la comercialización de paquetes turísticos hacia el norte de Chile desde esa ciudad.	E2 · E5
5	Presión de masificación y gentrificación sobre el patrimonio UNESCO en Tilcara y Purmamarca.	E2 · E7
6	Riesgo de que la tensión entre el tránsito de cargas y la experiencia turística en la RN 52 (Susques, Volcán) impacte negativamente sobre la Quebrada de Humahuaca en su conjunto y desplace el flujo turístico hacia Purmamarca en detrimento de esas localidades.	E2 · E3
7	Riesgo de estancamiento competitivo frente a la consolidación de otros destinos andinos (San Pedro de Atacama, Uyuni) con productos y comercialización más maduros.	E2 · E4 · E5
8	Riesgo de saturación de la capacidad de carga de los atractivos de mayor demanda (Quebrada de Humahuaca) ante el crecimiento del flujo turístico sin una estrategia de distribución territorial hacia la Puna y las Yungas.	E2 · E7
9	Riesgo de pérdida de identidad territorial y sobrecarga cultural en los núcleos patrimoniales si el crecimiento turístico no se gestiona de forma planificada y con participación de las comunidades locales.	E2 · E7 · E8
10	Marco normativo y aduanero que limita la integración plena de los circuitos turísticos binacionales.	E3 · E8
11	Dependencia estructural del mercado nacional (81% de la demanda) en un contexto de volatilidad macroeconómica argentina y sin señales claras de reactivación del consumo interno.	E4 · E6
12	Asimetría cambiaria entre Argentina y Chile que condiciona estructuralmente la dirección de los flujos turísticos binacionales, favoreciendo el turismo emisivo hacia el norte de Chile por sobre el receptivo hacia Jujuy.	E4 · E5
13	Desbalance en los flujos turísticos transfronterizos entre Salta y el norte de Chile, con un predominio del turismo emisivo desde Salta hacia las regiones chilenas, sin una reciprocidad equivalente en los flujos receptivos hacia la provincia.	E4 · E5
14	Vulnerabilidad frente al cambio climático en el norte de la provincia (incremento de 0,7°C en la temperatura media, cambios en el régimen de precipitaciones).	E7

6.2.2. FODA – Salta (Argentina)

F | FORTALEZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Diversidad biogeográfica (Puna, Valles Calchaquíes, Yungas y Chaco) que sustenta una oferta turística diferenciada y de alta complementariedad.	E1 · E2
2	Posicionamiento como único nodo argentino del CBC que articula simultáneamente el eje Pacífico (Chile) y el eje Norte (Bolivia y Paraguay).	E1
3	Capital natural como factor de competitividad territorial: mayor superficie de bosques nativos del país (6.774.008 ha, 2019), activo estratégico para el ecoturismo y la economía del carbono.	E1 · E2 · E7

F | FORTALEZAS		
4	La Ciudad de Salta Capital como destino y también centro distribuidor, polo de patrimonio, institucionalidad e innovación turística: gobernanza consolidada entre sector público y privado con agenda propia de promoción; una planta de servicios consolidados y una red de museos de excelencia y programas de desarrollo urbano que generan nuevas experiencias (turismo religioso vinculado a los Caminos del Milagro y/o el pasaporte de las peñas folclóricas)	E1 · E2 · E8
5	Planta turística consolidada: 721 establecimientos de alojamiento, 22.178 plazas, 197 agencias habilitadas, 263 guías registrados (167 bilingües) y 271 certificaciones de calidad.	E2 · E6
6	Enoturismo competitivo en los Valles Calchaquíes (Cafayate): segunda provincia exportadora de vinos de Argentina y segundo destino de enoturismo a escala nacional.	E2
7	Ecosistema MICE consolidado: quinta ciudad del interior en volumen de eventos, Convention and Visitors Bureau activo y Centro de Convenciones de escala regional.	E2 · E8
8	Oferta turística amplia y diversificada en productos de interés especial —enoturismo, gastronomía, turismo rural, naturaleza, aventura, cultural, religioso (y ferroviario (Tren a las Nubes)—, junto con un ecosistema emergente y experiencial en expansión (astroturismo, aviturismo, turismo rural comunitario, turismo de bienestar), que reduce la dependencia de un único producto y fortalece la competitividad del destino.	E2 · E7
9	Resultados positivos de la estrategia provincial de diversificación territorial de la oferta: pese a la concentración de la planta turística en la ciudad de Salta, destinos del interior provincial muestran creciente posicionamiento y reconocimiento en plataformas como TripAdvisor, lo que refleja una descentralización progresiva de la actividad turística.	E2 · E5
10	Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes: séptimo del ranking nacional, único hub aéreo del CBC argentino con conexiones internacionales directas.	E3
11	Consolidación de Salta como uno de los principales destinos receptivos de Argentina para mercados internacionales, con especial relevancia de los países limítrofes (Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia) y de algunos mercados europeos, y masa crítica de turismo receptivo (2,2 millones de turistas registrados en 2025), con el mercado chileno en crecimiento sostenido en temporada de invierno.	E4
12	Marca-destino "Salta, Tan Linda que Enamora", con elevado reconocimiento nacional (82% entre salteños, 72% entre turistas nacionales) y arquitectura digital multicanal (Visit Salta, redes sociales, plataforma de experiencias).	E5
13	Oferta formativa en turismo diversificada: 13 sedes activas (UCASAL, UNSA, institutos terciarios) con programas de grado, posgrado y tecnicaturas.	E6
14	Gobernanza turística de rango ministerial con tradición de planificación estratégica de largo plazo (Plan LIDERAR, Plan Salta 2030) y consejo asesor activo	E8
15	Articulación público-privada institucionalizada a través del Consejo Asesor de Turismo y una red amplia de cámaras sectoriales y municipales.	E8

O | OPORTUNIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Desarrollo del Nodo Logístico de General Güemes, identificado por CEPAL como proyecto prioritario para reducir costos logísticos, con potencial derrame sobre la conectividad turística del corredor.	E1 · E3
2	Valorización creciente del mercado chileno del norte (Antofagasta, Iquique, Calama) por contraste paisajístico y turismo cultural andino, y del segmento de turismo corporativo asociado al desarrollo minero, con oportunidad de desarrollar productos de corta duración ("escapadas") orientados a trabajadores del sector minero del norte de Chile.	E4 · E1

O | OPORTUNIDADES		
3	Integración de los destinos del Eje Norte (Selva de Montaña, Chaco Salteño) en circuitos hacia Bolivia y Paraguay, revalorizando territorios de bajo aprovechamiento actual.	E1 · E2
4	Marco del PM-CBC y elaboración del Plan Maestro Regional como oportunidad para impulsar instrumentos de ordenamiento territorial que compatibilicen el desarrollo turístico con la expansión minera en la Puna.	E1 · E8
5	Anticipación, a escala municipal, del ordenamiento y planeamiento urbano de localidades pequeñas de la Puna con alto potencial turístico (San Antonio de los Cobres), para prevenir masificación e informalidad constructiva.	E1 · E7 · E8
6	Salta posee el ecosistema de formación en turismo más desarrollado del territorio analizado, con una oferta educativa integral que abarca programas de posgrado, grado, pregrado y formación técnica, complementada por iniciativas permanentes de capacitación profesional como la plataforma Turismo Te Capacita.	E2 · E6
7	Sinergias entre turismo y vitivinicultura (proyección CEPAL de fuerte crecimiento del enoturismo en Cafayate), con potencial de captación del mercado chileno premium.	E2 · E4
8	Plena habilitación del Paso de Sico (junio 2026) y financiamiento BID de USD 100 millones para la pavimentación de la RN 51, que elimina la principal barrera de accesibilidad terrestre hacia Chile.	E3
9	Ampliación y modernización del Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes y nueva conexión directa a Río de Janeiro (GOL, diciembre 2026), junto con el antecedente de vuelos chárter Salta–Iquique (JetSMART, 2025) como base para una ruta regular.	E3 · E5
10	Desarrollo de un modelo normativo de tránsito turístico especial para el NOA (equivalente al Corredor de los Lagos patagónico) que permita escalar circuitos binacionales (Puna-Atacama, Ruta de los Salares, Qhapaq Ñan).	E3 · E8
11	Digitalización del corredor (fibra óptica, conectividad 5G en pasos fronterizos), que mejora la experiencia del turista y la eficiencia operativa del sector.	E3
12	Capacidad institucional propia de promoción internacional a través de INPROTUR Salta, con un directorio mixto público-privado como plataforma para potenciar la promoción en mercados estratégicos.	E5 · E8
13	Sector empresarial receptivo con trayectoria internacional: operadores y agencias de viajes especializados ya comercializan circuitos binacionales con Chile y Bolivia, con redes comerciales consolidadas y vínculos con mayoristas internacionales, base favorable para ampliar la integración turística regional.	E5
14	Modernización en curso del marco normativo sectorial (agencias de viajes, turismo activo/aventura, turismo comunitario), impulsada por el Ministerio de Turismo y Deportes de Salta.	E8
15	Proceso en curso de actualización del instrumento de planificación estratégica provincial (Plan Salta 2050), ante la proximidad del vencimiento del horizonte del Plan LIDERAR (2027), como oportunidad para renovar objetivos, prioridades y mecanismos de gestión turística.	E8

D | DEBILIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Operatoria turística transfronteriza bajo esquema "espejo" que impide que las agencias de un país transporten pasajeros en el territorio del otro, restringiendo la escala y eficiencia de los circuitos binacionales.	E2 · E3
2	Distribución territorial de la oferta de alojamiento marcadamente concentrada: 61% de las plazas en la Ciudad de Salta, frente a apenas 7% en la Puna y el Norte Verde.	E2

D | DEBILIDADES		
3	Débil desarrollo comercial y de formalización de la oferta emergente y comunitaria: solo 3 prestadores de Turismo Rural Comunitario registrados, con presencia digital y canales de distribución limitados.	E2 · E5 · E6
4	Concentración de la oferta organizada de excursiones y servicios receptivos en la ciudad de Salta: en numerosos destinos del interior provincial la disponibilidad de circuitos guiados y servicios receptivos es limitada, lo que reduce la permanencia de los visitantes y restringe la distribución territorial de los beneficios del turismo.	E2 · E5
5	Múltiples tramos viales críticos sin resolver en el corredor: RN 51 San Antonio de los Cobres–Paso de Sico sin pavimentar; congestión en RN 9 (General Güemes); deterioro de la RN 34 entre Pichanal y Tartagal; tramo Santa Victoria Este–Pozo Hondo sin pavimentar.	E3
6	Conectividad terrestre de pasajeros hacia la Puna reducida y fragmentada, sin articulación regular con la Puna jujeña.	E3
7	Brecha de conectividad digital crítica en los tramos de alta montaña (RN 51) y pasos fronterizos, con impacto negativo sobre la experiencia turística y la operatoria logística.	E3
8	Ausencia de conectividad aérea regular entre Salta y el norte de Chile, pese al antecedente puntual de vuelos chárter (JetSMART, 2025), aún estacional y no regular.	E3 · E5
9	Disminución de arribos y pernoctes entre 2022 y 2025, asociada a la retracción del mercado nacional.	E4
10	Asimetría en la articulación comercial binacional: el flujo emisor de salteños y jujeños hacia el norte chileno supera ampliamente al flujo receptivo de chilenos hacia Salta, sin productos binacionales formalizados.	E4 · E5
11	Falta de espacios institucionalizados de vinculación comercial binacional (workshops, viajes de familiarización recíprocos, rondas de negocios) y necesidad de sostener la promoción de Salta en los mercados de Antofagasta y Tarapacá.	E5
12	Necesidad de renovación estratégica del destino: reinversión en la puesta en valor de atractivos naturales y culturales, actualización del plan de marketing provincial, ausencia de una estrategia integral de promoción internacional y marketing digital, y disponibilidad limitada de estadísticas públicas actualizadas que restringen la inteligencia turística y la toma de decisiones.	E5 · E8
13	Informalidad laboral elevada en el sector (31,9% provincial, tercer trimestre 2025), agravada por la concentración de microempresas y emprendimientos familiares.	E6
14	Brechas de capital humano en perfiles especializados y en localidades del interior.	E6
15	Débil proyección institucional de la sostenibilidad turística provincial (plataforma Salta Destino Sostenible inactiva) y proximidad del vencimiento del horizonte del Plan LIDERAR (2027); pese a liderar el corredor en cantidad de empresas certificadas en calidad y sostenibilidad, no se observan líneas de trabajo suficientemente consolidadas para ampliar y sostener estas políticas.	E7 · E8

A | AMENAZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Riesgo de deterioro de la calidad de vida y la experiencia turística en localidades pequeñas por el tránsito de carga del corredor, cuya infraestructura vial y urbana no está dimensionada para absorberlo.	E1 · E3
2	Riesgo de no capitalizar los beneficios del corredor: su consolidación física y logística no se traduce automáticamente en desarrollo turístico sin una estrategia activa de productos binacionales, promoción conjunta y gobernanza compartida.	E1 · E5 · E8

A | AMENAZAS		
3	Pérdida de servicios y espacios orientados al visitante en localidades de alto potencial de la Puna (Ej. Tolar Grande) ante el avance de la infraestructura minera y la demanda laboral asociada.	E1 · E2 · E7
4	Competencia de otros destinos andinos (Atacama, Uyuni, altiplano boliviano) con infraestructura y productos más maduros para el turismo internacional.	E2 · E5
5	Concentración de la oferta de excursiones en un portafolio homogéneo de circuitos "full day", que limita el desarrollo de productos de mayor permanencia y valor agregado.	E2 · E5
6	Riesgo de conflictividad en territorios con comunidades indígenas por desarrollo turístico no suficientemente articulado con las comunidades originarias.	E2 · E7
7	Riesgo de estancamiento competitivo y pérdida de notoriedad del destino por insuficiente renovación de la oferta, la infraestructura y la estrategia de posicionamiento frente a destinos alternativos en la región.	E2 · E4 · E5 · E7
8	Riesgo de saturación y pérdida de calidad ambiental de los atractivos naturales de mayor fragilidad (salares, humedales altoandinos, yungas) ante un crecimiento no planificado de la demanda turística.	E2 · E7
9	Riesgo climático creciente sobre la infraestructura vial: cortes recurrentes en badenes de la RN 51 por precipitaciones torrenciales, que comprometen la operatividad del paso hacia Chile.	E3 · E7
10	Cierres estacionales del Paso de Sico por condiciones climáticas extremas y restricciones de altitud (4.080 msnm), que generan incertidumbre operativa para los circuitos binacionales.	E3 · E7
11	Dependencia estructural del mercado nacional (más del 88% de la demanda) en un contexto de volatilidad macroeconómica argentina y sin señales claras de reactivación del consumo interno.	E4 · E6
12	Desbalance en los flujos turísticos transfronterizos entre Salta y el norte de Chile, con un predominio del turismo emisivo desde Salta hacia las regiones chilenas, sin una reciprocidad equivalente en los flujos receptivos hacia la provincia.	E4 · E5
13	Proyecciones de retroceso de glaciares, escasez hídrica crónica y degradación de humedales en la Puna y los Altos Andes (escenario RCP 8.5), con impacto directo sobre la base de atractivos del corredor.	E7

6.2.3. FODA – Antofagasta (Chile)

F | FORTALEZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Doble conexión terrestre con Argentina (Pasos de Jama y Sico), que posiciona a la región como nodo terminal pacífico del CBC y centro primario de comercio portuario y aeroportuario, con conectividad terrestre consolidada entre sus ciudades y con las provincias de Salta y Jujuy.	E1 · E3
2	Liderazgo mundial en infraestructura astronómica: más del 40% de la infraestructura astronómica mundial en operación o construcción (observatorios Paranal/VLT, ALMA y ELT), con potencial de encadenamiento productivo científico-tecnológico.	E1 · E2
3	Un inventario de recursos naturales y culturales extraordinariamente diverso (desierto, salares, volcanes, géiseres, patrimonio minero, litoral) que sustenta una oferta consolidada de naturaleza, aventura y astronomía.	E1 · E2 · E8
4	Política Regional de Integración e Internacionalización 2024-2030 (PRIIA), que articula específicamente la agenda binacional del corredor. Instrumentos públicos activos que impulsan el desarrollo turístico. Institucionalidad a nivel público y privado creciente en municipios.	E1 · E8

F | FORTALEZAS		
5	San Pedro de Atacama consolidado como destino turístico internacional de mayor jerarquía del norte de Chile y uno de los destinos de marca propia más reconocidos de Sudamérica, con evidencia de reconocimiento creciente de sus atractivos y experiencias en plataformas de reputación online como TripAdvisor.	E2 · E4
6	Planta turística especializada de alta densidad en San Pedro de Atacama, con la mayor cantidad de operadores de tours del norte de Chile.	E2 · E6
7	Desarrollo consolidado de turismo indígena y comunitario atacameño sobre el Área de Desarrollo Indígena "Atacama La Grande" (cerca del 90% del territorio comunal de San Pedro de Atacama), con productos ya estructurados en los ayllus.	E2 · E7
8	Ecosistema MICE consolidado en Antofagasta y Calama, ambas ciudades con organismos públicos especializados en la gestión y promoción turística, y marca turística oficial "Antofagasta, un universo por descubrir" relanzada por SERNATUR en 2024.	E2 · E5
9	Segundo nodo aeroportuario del país fuera de Santiago: Aeropuerto Andrés Sabella (Antofagasta) y Aeropuerto El Loa (Calama), ambos entre los de mayor tráfico del país en 2025.	E3
10	Paso de Jama con las mejores condiciones de infraestructura vial de todo el corredor bioceánico y principal puerta de entrada de turistas argentinos (217.015 movimientos migratorios en 2024, entradas y salidas, según el INE).	E3 · E4
11	Clúster portuario Antofagasta–Mejillones, segundo motor industrial de la región tras la minería, con 11 terminales y un convenio de programación para su fortalecimiento a cinco años.	E3
12	Empleo en Actividades Características del Turismo (ACT) superior a la media nacional: 24.270 personas ocupadas (7,0% del empleo regional) y 8.193 empresas ACT (+5,2%).	E4 · E6
13	Oferta formativa técnica, profesional y universitaria en turismo y gastronomía consolidada en Antofagasta ciudad y Calama (CFT INACAP, CFT Santo Tomás, IP AIEP, IP INACAP, IP Santo Tomás, Universidad de Antofagasta).	E6
14	Gobernanza turística consolidada en San Pedro de Atacama (Mesa Público-Privada ZOIT, PTI CORFO/GEDES, contratos de asociatividad CONAF-comunidades), reforzada por la certificación internacional Green Destinations (nivel Plata) obtenida en 2026.	E7 · E8

O | OPORTUNIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Consolidación del astroturismo como producto ancla de comercialización binacional, aprovechando la infraestructura científica de clase mundial (Paranal, ALMA, ELT) y toda la ofera turístca desarrollada ya en ese marco.	E1 · E2
2	Articulación con destinos similares del sur de Perú (Tacna, Ilo, Moquegua) para ampliar el potencial del corredor turístico hacia el norte.	E1 · E2
3	Aprovechamiento de la cartera de proyectos priorizados por el PM-CBC para fortalecer la competitividad logística y turística, incorporando criterios de ordenamiento territorial que permitan localizar de manera adecuada las áreas de transferencia de carga y evaluar variantes o by-pass en sectores donde el tránsito de transporte pesado afecta localidades turísticas o de alto valor patrimonial, como San Pedro de Atacama.	E1 · E3
4	Fortalecimiento de espacios de diálogo entre el sector turístico y el sector minero para gestionar de forma preventiva los efectos de la expansión del litio sobre recursos hídricos y paisajes, en el marco del Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo (2025-2030).	E1 · E6 · E7

O	OPORTUNIDADES	
5	Desarrollo de productos de turismo minero, especialmente en Calama y Sierra Gorda, aprovechando el posicionamiento internacional de la actividad minera regional y el creciente interés por experiencias de turismo industrial y patrimonial.	E1 · E2
6	Diseño de itinerarios integrados de cabotaje marítimo habilitados por la Ley N° 21.774 de Cabotaje Marítimo (2025), que permite a naves de pasajeros extranjeras operar cabotaje entre puertos chilenos.	E2 · E8
7	Diversificación y consolidación del turismo de cruceros, actualmente subaprovechado frente a Iquique y Arica, mediante mayor articulación público-privada y ampliación de experiencias en Antofagasta y alrededores.	E2 · E4
8	Dar continuidad al proceso de fortalecimiento del borde costero impulsado por el PTI Turismo Costero (CORFO), consolidando los avances alcanzados en este espacio, que constituye el principal ámbito de atracción turística para la población del norte Argentino por su oferta de litoral y playas (“Concepto de Desierto Costero”). Paralelamente, existe la oportunidad de transferir y adaptar este modelo de desarrollo a otras comunas, como María Elena y Calama, incorporando la dimensión cultural y productiva.	E2 · E8
9	Diversificación de la oferta hacia el Alto Loa, el borde costero y el turismo indígena, capitalizando el creciente interés de turistas del norte argentino (Salta y Jujuy) por productos de sol y playa y turismo urbano mediante acciones de promoción conjunta.	E2 · E3 · E4 · E8
10	Mejor aprovechamiento de la capacidad instalada de servicios turísticos (alojamiento, gastronomía y otros servicios) en Antofagasta y Calama, mediante el diseño de nuevas experiencias, circuitos e itinerarios que incrementen la permanencia de los visitantes, junto con inversión en puesta en valor de atractivos, infraestructura habilitante tanto en la Ciudad como para playas y caletas del borde costero que mejore accesibilidad, servicios, seguridad y calidad de la experiencia.	E2 · E3
11	Apertura del Paso de Sico, capitalizando su conexión directa con la provincia de Salta.	E3
12	Captación de los mercados aéreos de mayor gasto que ya arriban a Calama para visitar San Pedro de Atacama (Europa, Estados Unidos, Brasil), mediante productos de mayor valor agregado y permanencia y atraerlos hacia otras áreas.	E4 · E5
13	Antecedentes de articulación comercial binacional con Jujuy y el norte argentino, a partir de misiones comerciales y viajes de familiarización ya iniciados.	E5
14	Réplica del modelo de gobernanza y de comercialización de San Pedro de Atacama en el litoral costero y otros nodos de la región.	E5 · E8
15	Ampliación de la oferta formativa técnica en turismo hacia Calama y San Pedro de Atacama,. Aprovechamiento de programas de capacitación específicos (SENSE, SERNATUR, CORFO, etc).	E6

D | DEBILIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Dependencia de la actividad minera, que condiciona el mercado laboral, los costos y la disponibilidad de recursos humanos para el turismo en ciudades como Antofagasta y Calama.	E1 · E6
2	Brecha significativa de desarrollo y calidad de oferta entre el eje altiplano-andino consolidado y el eje costero de la región y la pampa salitrera, ambos aún emergentes.	E2
3	Presión sobre recursos hídricos escasos y sobre la capacidad de carga de atractivos de alta sensibilidad de San Pedro de Atacama, con saturación creciente de algunos de los más visitados.	E2 · E7
4	Bajo aprovechamiento del segmento de cruceros en el Puerto de Antofagasta, condicionado por la disponibilidad de autorizaciones de atraque y de servicios turísticos.	E2 · E4
5	Déficit de infraestructura habilitante en el borde costero, incluida la ausencia de un muelle turístico en Antofagasta, con una oferta de actividades náuticas aún incipiente.	E2 · E3
6	Alta concentración de la demanda turística en San Pedro de Atacama, con escasa articulación entre el borde costero, Calama, el Alto Loa y San Pedro de Atacama, y baja integración comercial entre operadores de Chile, Argentina y Bolivia.	E2 · E4 · E5 · E8
7	Conectividad aérea directa con Argentina inexistente, identificada como la principal brecha estructural del CBC en la región.	E3
8	Brechas de conectividad digital y de infraestructura de servicios básicos, con riesgo de colapso ante el crecimiento de la demanda turística en pueblos del altiplano y San Pedro de Atacama.	E3
9	Bajo nivel de consumo de excursiones locales por parte del turismo proveniente del norte argentino, señalado de manera recurrente por representantes de comunidades de San Pedro de Atacama.	E4 · E5
10	Portal oficial de turismo regional (antofagasta.travel) sin actualizaciones visibles desde 2020-2021 y débil gestión de marketing digital.	E5
11	Apropiación insuficiente de la marca turística regional por parte de comunas y operadores privados, pese al relanzamiento realizado por SERNATUR en 2024.	E5
12	Ausencia de datos específicos sobre el nivel de informalidad turística y otros indicadores a nivel municipal y regional.	E6
13	Cobertura escasa de carreras técnicas en turismo u hotelería.	E6

A | AMENAZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Expansión de la actividad minera (litio) con potenciales efectos sobre recursos hídricos, paisajes y actividad turística.	E1 · E7
2	Competencia creciente por mano de obra especializada entre el sector turístico y el sector minero, que demanda hotelería corporativa y servicios de alto estándar.	E1 · E6
3	Crecimiento de construcciones vinculadas al turismo sin respetar el contexto de Área de Desarrollo Indígena, señalado por las propias comunidades de los ayllus de San Pedro de Atacama.	E2 · E7
4	Finalización programada del PTI Turismo Costero (CORFO) en junio de 2026 sin continuidad institucional confirmada, lo que podría revertir los avances en desestacionalización y formalización del litoral.	E2 · E8

A | AMENAZAS		
5	Incremento del tráfico de transporte y camiones de carga, con carencia de áreas de servicio, que presiona sobre sitios naturales y culturales sensibles y genera riesgos de seguridad y de insuficiencia de servicios de salud y emergencia en localidades expuestas, con especial relevancia en San Pedro de Atacama por su alta sensibilidad patrimonial y turística.	E2 · E3 · E7
6	Riesgo de deterioro del patrimonio natural y cultural y de pérdida de identidad territorial por sobrecarga turística en San Pedro de Atacama —territorio de mayor sensibilidad y valor estratégico para el turismo regional—, si el crecimiento del sector no incorpora adecuadamente a las comunidades locales e indígenas.	E2 · E7
7	Inoperatividad del paso ferroviario internacional de Socompa (ramal Antofagasta-Bolivia), que limita la diversificación de la conectividad de carga y turística del corredor.	E3
8	Procedimientos migratorios y aduaneros en los pasos internacionales, identificados de manera recurrente por actores públicos y privados como la principal limitación para consolidar circuitos turísticos binacionales.	E3 · E5
9	Asimetría creciente entre el dinamismo del Paso de Jama y las limitaciones estructurales del Paso de Sico, que puede consolidar una dependencia excesiva de un único corredor binacional.	E3 · E4
10	Exigencia creciente de trámites digitalizados por parte de turistas internacionales y transportistas, frente a la fragilidad de la conectividad digital en los pasos fronterizos de la región.	E3
11	Contracción del 19,5% en las llegadas internacionales acumuladas a abril de 2026 en Chile.	E4
12	Informalidad persistente en todos los destinos turísticos de la región.	E6
13	Vulnerabilidad del destino altiplánico ante variaciones climáticas que pueden afectar la disponibilidad hídrica y la actividad turística, agravada por el aumento sostenido de visitantes sobre ecosistemas frágiles.	E7

6.2.4. FODA – Tarapacá (Chile)

F | FORTALEZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Posición geoestratégica de nodo bioceánico: conurbación Iquique–Alto Hospicio con puerto, aeropuerto internacional y ZOFRI operando de manera simultánea, y cercanía geográfica con Bolivia y Argentina.	E1
2	Diversidad de recursos turísticos que integran costa, desierto, pampa, oasis y altiplano, con oferta consolidada en surf, bodyboard, parapente y turismo de naturaleza.	E1 · E2
3	Ecosistema de turismo corporativo y MICE consolidado en Iquique, vinculado a la actividad minera regional, con alta ocupación hotelera en períodos laborales, y programas de turismo social que amplían el acceso al turismo interno.	E1 · E2 · E4 · E7
4	Patrimonio de jerarquía internacional (Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura UNESCO, Geoglifos de Pintados, Gigante de Tarapacá, momias Chinchorro, Qhapaq Ñan, Parque Nacional Volcán Isluga, Oasis de Pica) y presencia viva del patrimonio cultural aymara.	E2
5	Experiencias estructuradas de turismo indígena y comunitario, impulsadas por comunidades locales y el programa Descubre Tamarugal.	E2 · E7
6	Buena oferta de excursiones regulares con salida desde Iquique hacia casi todas las comunas del interior, junto con una oferta gastronómica destacada, entretenimiento y turismo religioso (La Tirana) consolidados en la ciudad.	E2 · E5

F | FORTALEZAS		
7	Pica fue nominada Best Tourism Village (2021), el Limón de Pica cuenta con denominación de origen y en 2022 el destino obtuvo el sello Starlight, siendo el único oasis de Latinoamérica con esta certificación.	E2 · E7
8	Gestión certificada del borde costero de Iquique: Playa Cavancha cuenta con la certificación internacional Blue Flag, que acredita altos estándares ambientales, de seguridad, calidad de servicios y gestión sostenible.	E2 · E7
9	Aeropuerto Diego Aracena, con la segunda pista más extensa del país y capacidad para operar aeronaves de largo alcance.	E3
10	Recuperación sostenida y acelerada de la demanda internacional (+34% interanual en 2025, superando los niveles prepandemia de 2019).	E4
11	Plataformas digitales de comercialización operativas (Visita Tarapacá, Descubre Tamarugal), gremios organizados (COTTAR, Tur Aventur, AGATA) y marca turística propia de la Municipalidad de Iquique, con proyección en distintos mercados.	E5 · E8
12	Oferta técnica de formación turística y gastronómica instalada en Iquique (CFT INACAP, CFT Santo Tomás) y programas de capacitación específicos (Descubre Tamarugal, SENSE).	E6
13	Marco normativo e institucional de sostenibilidad consolidado a nivel nacional (Sello S, Sello Q, Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo), disponible para su adopción regional.	E7
14	Política Regional de Turismo 2024–2034 con un modelo de gobernanza e inteligencia turística claramente definido.	E8

O | OPORTUNIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Consolidación del Corredor Bioceánico como quinto escenario estratégico prospectivo de la PRT, con inversión proyectada en la macrozona norte (Ruta 5 Iquique–Antofagasta).	E1
2	Fortalecimiento de espacios de diálogo entre el sector turístico y el sector minero para gestionar de manera preventiva la competencia por infraestructura, espacio y recursos humanos.	E1 · E6
3	Consolidación del astroturismo como producto de comercialización, aprovechando la certificación Starlight de Pica (2022) y los más de 300 días despejados al año de la región.	E1 · E2
4	Consolidación de turismo deportivo como extensión del ecosistema MICE de Iquique, que dispone de infraestructura deportiva relevante y de reconocimientos que respaldan su candidatura a Ciudad Americana del Deporte 2027 y su condición de primera ciudad chilena en obtener el Sello Latinoamericano de Destino de Turismo Deportivo (Red Latinoamericana de Turismo Deportivo, con respaldo de UNESCO).	E1 · E2 · E5
5	Potencial de estructuración de circuitos binacionales sobre la base de patrimonio compartido (Qhapaq Ñan) y del programa Descubre Tamarugal, que gestiona la apertura del paso Hito 41 (Pica–Bolivia).	E2
6	Potencial para ampliar el turismo de cruceros mediante una mayor integración entre puerto, operadores y destinos regionales.	E2 · E3
7	Mayor valorización internacional del turismo indígena, las experiencias auténticas y el turismo de naturaleza y aventura —con potencial de diversificación hacia trekking, sandboard, ciclismo, montañismo y expediciones, más allá de la oferta ya consolidada de surf y parapente—, y demanda por turismo sostenible, alineada con el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable.	E2 · E4 · E7

O | OPORTUNIDADES		
8	Diversificación de la oferta hacia las comunas del interior y el altiplano (Camiña, Colchane, Huara) para distribuir de mejor manera los flujos turísticos hoy concentrados en el eje Iquique–Pica.	E2 · E8
9	Proyectos de inversión ya identificados en el PM-CBC y la PRT para conectividad vial, digital y portuaria, y modernización del régimen de cabotaje (Ley N.º 21.774) para el turismo de cruceros.	E3
10	Mercados prioritarios ya identificados por SERNATUR (Brasil y Argentina) —este último con fuerte interés del norte argentino por la oferta de sol y playa y compras, con potencial de ampliación hacia otras experiencias mediante mayor difusión—, junto con la ruta aérea Jujuy–Iquique, anunciada en el primer semestre de 2026 y aún sin operar.	E4 · E5
11	Fondos de promoción turística nacional e internacional ya aprobados por el Gobierno Regional para un horizonte de dos años. Ello incluye a la priorización del Norte Argentino como un mercado estratégico.	E5
12	Posibilidad de articular la oferta técnica existente con la Universidad Arturo Prat para desarrollar oferta universitaria en gestión turística, hoy inexistente en la región.	E6
13	Ampliación de la oferta formativa técnica hacia Pica y Pozo Almonte, nodos turísticos del interior sin cobertura de carreras técnicas en turismo.	E6
14	Profundización de la articulación binacional con Argentina y Bolivia como línea explícita de la PRT 2024–2034, con antecedentes de hermanamiento con Jujuy (2024) y cooperación con Salta (2019).	E8
15	Capital institucional consolidado en gremios, cámaras empresariales y asociaciones turísticas que representan gran parte de la cadena de valor (COTTAR, Tur Aventur, AGATA), base favorable para impulsar procesos de gobernanza, cooperación y proyectos conjuntos que aún requieren mayor articulación efectiva.	E8

D | DEBILIDADES		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Fuerte asimetría entre el litoral consolidado (Iquique) y el interior andino y pampino emergente y más vinculado a un segmento regional y nacional.	E1
2	El territorio cuenta con un inventario destacado de atractivos naturales, culturales y paisajísticos que constituyen una sólida base para el desarrollo turístico. El principal desafío se vincula con avanzar en su puesta en valor efectiva, mejorando las condiciones de accesibilidad, la articulación entre destinos y experiencias, y las estrategias de promoción y comercialización que permitan transformar estos recursos en productos turísticos competitivos.	E2
3	Escasa diversificación de productos comercializados y bajo nivel de empaquetamiento de experiencias integradas.	E2 · E5
4	Falta de servicios turísticos de alojamiento de alta gama en el interior y necesidad de renovar y sofisticar la planta de servicios turísticos regional en su conjunto, para responder a una demanda internacional cada vez más exigente y sostener circuitos de más de un día.	E2 · E3 · E6
5	Predominio de excursiones de tipo "full day", con escasa oferta de circuitos de más de un día.	E2 · E5
6	Puesta en valor turística insuficiente del patrimonio arqueológico de geoglifos y petroglifos, con margen de mejora en conservación, interpretación, accesibilidad y promoción.	E2 · E7
7	Infraestructura náutica y de borde costero limitada: ausencia de un muelle turístico que ordene las salidas de actividades marítimas, puerto de Iquique no integrado a la oferta de visitas turísticas, y saturación estacional de Playa Cavancha frente a la escasa disponibilidad de otras playas habilitadas y equipadas.	E2 · E3

D | DEBILIDADES		
8	Ausencia de un servicio de transporte terrestre regular Iquique–Salta/Jujuy, brechas de cobertura digital en las rutas 16 y A-665, y terminal de buses de Iquique con deficiencias de capacidad.	E3
9	Déficit de infraestructura turística en el interior regional (caminos, señalización, servicios básicos, conectividad digital y equipamiento).	E3
10	Ausencia de una Marca Región consolidada y coexistencia de distintas marcas (Tarapacá, Iquique y Tamarugal) con posicionamiento desigual.	E5
11	Ausencia de una estrategia regional operativa consolidada de promoción turística internacional y de marketing digital, de estudios sistemáticos de mercado e inteligencia turística, y de una plataforma única que integre la oferta de prestadores, experiencias y eventos de la región (incluyendo la valoración de plataformas como TripAdvisor), lo que fragmenta la comercialización y dificulta la planificación del viaje.	E5 · E6
12	Baja profesionalización y especialización del capital humano; ausencia de oferta universitaria en gestión turística; guías y operadores sin formalización en pueblos del interior.	E6
13	Limitaciones para la formalización de numerosos emprendimientos por restricciones sanitarias y de infraestructura básica, junto con escasa disponibilidad de estadísticas desagregadas sobre la oferta informal.	E6
14	Bajo nivel de adopción de certificaciones de sostenibilidad.	E7
15	Débil articulación y coordinación interinstitucional entre organismos públicos, municipios y sector privado, así como entre los propios gremios y asociaciones turísticas —problemática de mayor puntaje crítico en la evaluación multicriterio de la propia PRT 2024–2034— y baja asociatividad entre prestadores.	E8

A | AMENAZAS		
N°	**Aspecto**	**Eje diagnóstico**
1	Costo de oportunidad del sector minero sobre el turismo y competencia por infraestructura y espacio con el transporte internacional de cargas.	E1 · E3
2	Competencia por mano de obra especializada entre el sector turístico y el sector minero, que podría limitar la disponibilidad de personal calificado para el turismo.	E1 · E6
3	Incremento del tránsito de camiones con impactos sobre la seguridad vial, la experiencia turística y los paisajes.	E2 · E3
4	Deterioro del patrimonio natural y cultural por presión sobre sitios arqueológicos, residuos y falta de manejo de visitantes.	E2 · E7
5	Riesgo de pérdida de identidad territorial y sobrecarga cultural si el crecimiento del turismo no se gestiona correctamente.	E2 · E7
6	Capacidad limitada del complejo fronterizo de Colchane para absorber el crecimiento de flujos turísticos y comerciales.	E3
7	Dificultades para consolidar la integración binacional si persisten asimetrías regulatorias, de infraestructura y de facilitación fronteriza.	E3 · E8
8	Déficit de servicios públicos (salud, seguridad y emergencias) en localidades fronterizas expuestas al incremento del tránsito internacional, como Colchane, que emerge como un área de alto potencial.	E3 · E8
9	Alta dependencia del turismo de proximidad boliviano y argentino, que expone la demanda regional a la volatilidad cambiaria —particularmente frente a Argentina— y a dinámicas comerciales y fronterizas externas que inciden directamente sobre la competitividad del destino y las decisiones de viaje.	E4
10	Persistencia de la estacionalidad y concentración de la demanda en pocos destinos y períodos del año.	E4
11	Continuidad de barreras regulatorias y administrativas que limitan la formalización y competitividad de los pequeños emprendimientos.	E6 · E8
12	Informalidad en el sector de alojamientos turísticos, con posible efecto negativo sobre la rentabilidad y la competitividad del sector formal registrado.	E6
13	Vulnerabilidad del destino altiplánico frente a variaciones climáticas que pueden afectar la disponibilidad hídrica, los ecosistemas frágiles y las comunidades del altiplano.	E7
14	Restricciones regulatorias que dificultan la operación transfronteriza de empresas turísticas, nudo crítico no resuelto para la cooperación comercial binacional.	E8

Leyenda de ejes

E1	Posicionamiento territorial	**E5**	Comercialización y posicionamiento
E2	Oferta turística	**E6**	Formalización, calidad y capital humano
E3	Infraestructura y conectividad	**E7**	Sostenibilidad
E4	Demanda turística	**E8**	Gobernanza e institucionalidad

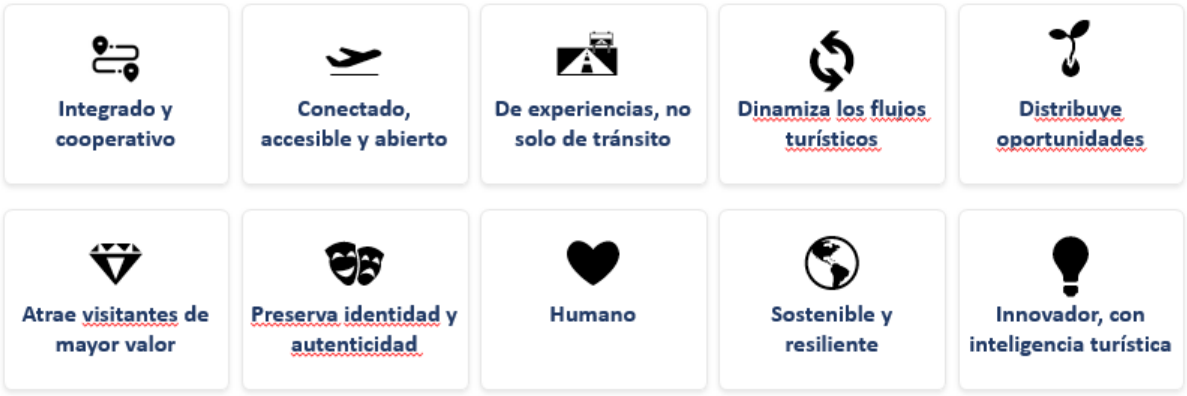
6.3. Hacia un nuevo modelo de desarrollo turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio

6.3.1. Modelo de Desarrollo Turístico Deseado del Corredor Bioceánico de Capricornio

El diagnóstico evidencia que el potencial del Corredor Bioceánico de Capricornio trasciende su función como eje de conectividad entre el océano Atlántico y el Pacífico. Su verdadero valor reside en la posibilidad de consolidarse como un territorio de cooperación, integración y encuentro entre pueblos, capaz de articular destinos complementarios, diversificar la oferta turística, fortalecer las economías locales y proyectarse internacionalmente mediante una propuesta de valor compartida.

En este sentido, el desarrollo turístico del corredor debe orientarse hacia un modelo que promueva tanto el fortalecimiento de los flujos turísticos internos entre los territorios que lo integran como la atracción de nuevos mercados nacionales e internacionales. Se sustenta en una visión de gestión turística competitiva pero sobre todo sostenible, respetuosa, participativa, auténtica, humana y abierta, que favorece la integración territorial dentro del propio corredor y, al mismo tiempo, potencia su articulación con otras regiones y países de América del Sur. En este marco, el crecimiento de la actividad turística contribuye simultáneamente a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, conservar el patrimonio natural y cultural, fortalecer la identidad de los territorios y generar nuevas oportunidades de desarrollo económico para las cuatro jurisdicciones que integran el Corredor Bioceánico de Capricornio.

Figura 21. Modelo de desarrollo turístico deseado para el Corredor Bioceánico de Capricornio



Fuente: Elaboración propia.

El concepto de **corredor abierto y participativo** refiere a un territorio dinámico que favorece la circulación de visitantes, experiencias, inversiones, conocimiento y cooperación entre los territorios que lo integran, fortaleciendo al mismo tiempo su vinculación con otros destinos, corredores turísticos y mercados emisores nacionales e internacionales.

Bajo esta perspectiva, el modelo de desarrollo turístico deseado del Corredor Bioceánico de Capricornio se caracteriza por los siguientes atributos:

• **Un corredor integrado y cooperativo.** Los cuatro territorios funcionan como una red de destinos complementarios, articulando esfuerzos de planificación, promoción, comercialización e inversión mediante una gobernanza multinivel y binacional que fortalece la cooperación entre organismos públicos, sector privado, academia, comunidades locales y organizaciones de la sociedad civil.

• **Un corredor conectado y accesible y abierto.** La mejora de la conectividad aérea, terrestre y digital, junto con la modernización y facilitación de los pasos fronterizos, permite una circulación más fluida de visitantes, reduce las barreras al viaje y fortalece la integración efectiva entre los territorios del corredor y con otras regiones de Sudamérica.

• **Un corredor de experiencias y no solo de tránsito.** Las trazas viales evolucionan hacia rutas escénicas y experienciales que incorporan infraestructura turística, miradores, centros de interpretación, señalización, servicios al viajero y propuestas culturales y naturales que enriquecen el recorrido, incrementan la permanencia de los visitantes y transforman el viaje en parte de la experiencia turística.

• **Un corredor que dinamiza los flujos turísticos.** El corredor fortalece la circulación de visitantes entre los cuatro territorios, promoviendo itinerarios multidestino, circuitos binacionales, rutas temáticas y viajes de mayor duración. Al mismo tiempo, incrementa su capacidad para atraer nuevos mercados nacionales e internacionales mediante una oferta integrada y una estrategia conjunta de comercialización.

• **Un corredor que distribuye oportunidades.** Los destinos consolidados actúan como motores del desarrollo regional, favoreciendo la diversificación territorial de la oferta e impulsando el crecimiento de destinos emergentes, de manera que los beneficios económicos, sociales y culturales del turismo alcancen progresivamente a un mayor número de comunidades.

• **Un corredor que atrae visitantes de mayor valor agregado.** La estrategia prioriza segmentos interesados en experiencias auténticas de naturaleza, cultura, patrimonio, astronomía, gastronomía, enoturismo, turismo comunitario, turismo de reuniones, aventura y bienestar, promoviendo una mayor estadía, un mayor gasto turístico y un consumo más distribuido territorialmente.

• **Un corredor que preserva su identidad y autenticidad.** El desarrollo turístico fortalece las identidades locales, protege el patrimonio natural y cultural, respeta los modos de vida de las comunidades y evita procesos de homogeneización, reconociendo que la autenticidad constituye uno de los principales atributos competitivos del corredor.

• **Un corredor humano.** El corredor reconoce que su mayor riqueza reside en las personas y en las comunidades que lo habitan. Promueve una cultura de la hospitalidad, la acogida y el respeto, poniendo en valor la calidez de sus habitantes, el encuentro entre culturas y el legado histórico de los antiguos caminos andinos, las rutas comerciales y los vínculos sociales,

culturales y económicos que, desde hace siglos, conectan ambos lados de la cordillera y hoy encuentran en el turismo una nueva oportunidad para fortalecer esa integración.

• **Un corredor sostenible y resiliente.** La planificación turística incorpora criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, promoviendo el uso responsable de los recursos naturales, la adaptación al cambio climático, la protección de la biodiversidad, la gestión eficiente del agua y la conservación de los paisajes y ecosistemas que sustentan la actividad turística.

• **Un corredor innovador y basado en inteligencia turística.** La toma de decisiones se apoya en información, innovación, transformación digital, inteligencia de mercados y monitoreo permanente, fortaleciendo la competitividad del corredor y su capacidad para adaptarse a las nuevas tendencias de la demanda.

Este modelo constituye el horizonte estratégico del Corredor Bioceánico de Capricornio y orienta la definición de los grandes desafíos estratégicos, los objetivos y los vectores de transformación que se presentan en las secciones siguientes.

6.3.2. Grandes desafíos estratégicos del Corredor Bioceánico de Capricornio

El modelo de desarrollo turístico deseado permite identificar los grandes desafíos estratégicos que deberán abordarse para materializar esta visión de futuro. Estos desafíos sintetizan las principales transformaciones que requiere el corredor y constituyen el marco de referencia para la formulación de los objetivos estratégicos y los vectores de transformación.

Figura 22. Cinco desafíos estratégicos para consolidar el Corredor



Fuente: Elaboración propia.

Desafío 1. Consolidar un corredor turístico integrado, cooperativo y abierto al mundo

Fortalecer la integración entre los cuatro territorios mediante una gobernanza multinivel, promoviendo la cooperación binacional y la articulación con otros corredores, regiones y mercados internacionales.

Desafío 2. Transformar la conectividad y la movilidad en experiencias turísticas de calidad

Mejorar la conectividad aérea, terrestre y digital, modernizar los pasos fronterizos y convertir las principales rutas del corredor en verdaderos ejes escénicos y experienciales que potencien la circulación y permanencia de los visitantes.

Desafío 3. Impulsar un desarrollo turístico equilibrado, competitivo y territorialmente inclusivo

Fortalecer los destinos consolidados como motores del desarrollo regional, promoviendo simultáneamente la diversificación de la oferta, el crecimiento de destinos emergentes y una distribución más equitativa de los beneficios del turismo.

Desafío 4. Posicionar al corredor mediante una propuesta de valor auténtica, innovadora y de alto valor agregado

Desarrollar productos turísticos integrados, fortalecer la identidad del corredor, impulsar la innovación y consolidar una estrategia conjunta de inteligencia turística, comercialización y marketing para atraer visitantes de mayor valor agregado y favorecer recorridos multidestino.

Desafío 5. Garantizar un desarrollo turístico sostenible y centrado en las personas

Promover un modelo de desarrollo turístico que sitúe a las personas y el bien común en el centro de las decisiones, favoreciendo relaciones de reciprocidad entre quienes habitan el territorio y quienes lo visitan. Ello implica conservar el patrimonio natural y cultural, proteger los recursos estratégicos, fortalecer la adaptación al cambio climático y preservar la identidad y autenticidad de los territorios, reconociendo que su mayor riqueza reside tanto en sus paisajes como en las culturas, saberes y formas de vida que les dan sentido. Asimismo, supone promover una cultura de hospitalidad, respeto, diálogo e integración entre los pueblos del corredor, garantizando la participación efectiva, el acceso a la información y la consulta previa a los pueblos indígenas que habitan el territorio, respetando sus derechos, sus instituciones representativas, sus tiempos y procesos de decisión, e incorporando sus conocimientos y cosmovisiones en la planificación y gestión del desarrollo turístico. De este modo, el turismo se concibe como una herramienta para fortalecer la cohesión social, ampliar las oportunidades de desarrollo, cuidar la casa común y contribuir al bienestar de las generaciones presentes y futuras.

6.3.3. Hallazgos, brechas, objetivos estratégicos y vectores de transformación estratégica del Corredor en su Conjunto

A partir del modelo de desarrollo turístico deseado y de los grandes desafíos estratégicos identificados, el presente apartado sintetiza los principales hallazgos y brechas que surgen del

diagnóstico del Corredor Bioceánico de Capricornio, así como los objetivos estratégicos y los vectores de transformación propuestos para orientar su desarrollo.

Los **hallazgos estratégicos** representan aquellas fortalezas, activos, capacidades y oportunidades que constituyen ventajas competitivas del corredor y sobre las cuales resulta posible construir su posicionamiento futuro. Por su parte, las **brechas estratégicas** identifican los principales desafíos, limitaciones y factores que restringen el pleno aprovechamiento de ese potencial y cuya superación resulta indispensable para alcanzar la situación deseada.

A continuación se presenta una tabla síntesis de estos hallazgos y brechas.

Tabla 16. Síntesis de hallazgos y brechas del corredor

Código	Tipo	Título	Ejes
HALLAZGOS			
HC1	Hallazgo	Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural de escala internacional	E1 · E2 · E7
HC2	Hallazgo	La conectividad como impulso a la integración turística del corredor	E3
HC3	Hallazgo	Marcas-destino subnacionales consolidadas y polos de proyección internacional	E1 · E4 · E5
HC4	Hallazgo	Gobernanza multinivel como base para avanzar de la coordinación a la decisión binacional	E8
HC5	Hallazgo	Alineación estratégica con las tendencias globales de demanda	E4
HC6	Hallazgo	Base de competitividad empresarial y apropiación digital creciente del sector privado	E1 · E5 · E6
HC7	Hallazgo	Posicionamiento geoestratégico como corredor de integración continental	E1
HC8	Hallazgo	Mejora ya visible de la imagen urbana en las principales ciudades del corredor	E2 · E8
BRECHAS			
BC1	Brecha	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura	E5 · E8
BC2	Brecha	Barreras regulatorias y operativas para la circulación turística binacional	E3 · E8
BC3	Brecha	Concentración territorial extrema de la oferta y la demanda	E1 · E2 · E4
BC4	Brecha	Brechas de capital humano, innovación y profesionalización compartidas por las cuatro jurisdicciones	E6
BC5	Brecha	Déficits transversales de infraestructura básica y tensión con otras dinámicas productivas del corredor	E3 · E7
BC6	Brecha	Déficits en infraestructura y equipamiento turístico, junto con oportunidades de renovación urbana y de sitios turísticos	E3 · E7
BC7	Brecha	Ausencia de un sistema de inteligencia turística binacional	E8
BC8	Brecha	Vulnerabilidad social y ambiental frente al crecimiento del tránsito turístico y de cargas	E7
BC9	Brecha	Ausencia de un esquema articulado de conectividad aérea regional	E3 · E4
BC10	Brecha	Promoción cruzada reducida a acciones estacionales y bajo aprovechamiento de la cercanía regional	E4 · E5
BC11	Brecha	Agenda de sostenibilidad, innovación y transformación digital de empresas y destinos poco desarrollada	E5 · E6
BC12	Brecha	Infraestructura turística habilitante de pequeña escala subdesarrollada	E2 · E3
BC13	Brecha	Experiencia del visitante en los pasos fronterizos no gestionada como parte de la experiencia turística	E3 · E5
BC14	Brecha	Rezago de los municipios del interior en gestión urbana y espacio público turístico	E2 · E8
BC15	Brecha	Percepción de desprotección e inseguridad	E3 · E7

Fuente: Elaboración propia.

A partir de esta lectura estratégica se formula para cada hallazgo o brecha un objetivo, entendido como la expresión de las condiciones o situaciones que se espera alcanzar en el mediano y largo plazo. Junto a él se anticipan **vectores de transformación** que representan las

grandes líneas de intervención que permitirán avanzar hacia dichos objetivos y que fueron considerados en la formulación del Plan de Acción (capítulos 7 a 10).

La vinculación de los hallazgos y brechas con los desafíos estratégicos se puede visualizar en forma sintética a través de la siguiente matriz.

GRANDES DESAFÍOS ESTRATÉGICOS	HALLAZGOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS	BRECHAS ESTRATÉGICAS ASOCIADAS
D1. Consolidar un corredor turístico integrado, cooperativo y abierto al mundo.	● HC4. Gobernanza multinivel. ● HC7. Posicionamiento geoestratégico como corredor de integración continental. ● HC3. Marcas-destino subnacionales consolidadas.	● BC1. Baja integración comercial binacional. ● BC2. Barreras regulatorias y operativas para la circulación turística binacional. ● BC10. Promoción cruzada reducida. ● BC16. Discontinuidad de las estrategias de promoción internacional.
D2. Transformar la conectividad y la movilidad en experiencias turísticas de calidad.	● HC2. La conectividad como impulso a la integración turística. ● HC8. Mejora de la imagen urbana en las principales ciudades del corredor.	● BC2. Barreras regulatorias y operativas para la circulación binacional. ● BC9. Ausencia de un esquema articulado de conectividad aérea regional. ● BC12. Infraestructura turística habilitante subdesarrollada. ● BC13. Experiencia del visitante en los pasos fronterizos no gestionado. ● BC14. Rezago de los municipios del interior. ● BC15. Percepción de desprotección e inseguridad.
D3. Impulsar un desarrollo turístico equilibrado, competitivo y territorialmente inclusivo.	● HC1. Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural. ● HC6. Base de competitividad empresarial y apropiación digital creciente.HC8. Mejora de la imagen urbana.	● BC3. Concentración territorial extrema de la oferta y la demanda. ● BC4. Brechas de capital humano. ● BC12. Infraestructura turística habilitante. ● BC14. Rezago de los municipios del interior.

GRANDES DESAFÍOS ESTRATÉGICOS	HALLAZGOS ESTRATÉGICOS ASOCIADOS	BRECHAS ESTRATÉGICAS ASOCIADAS
D4. Posicionar al corredor mediante una propuesta de valor auténtica, innovadora y de alto valor agregado.	● HC1. Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural. ● HC3. Marcas-destino subnacionales consolidadas. ● HC5. Alineación estratégica con las tendencias globales de demanda. ● HC6. Competitividad empresarial y transformación digital.	● BC7. Ausencia de un sistema de inteligencia turística binacional. ● BC10. Promoción cruzada reducida. ● BC11. Agenda de sostenibilidad, innovación y transformación digital poco desarrollada. ● BC16. Discontinuidad de la promoción internacional.
D5. Garantizar un desarrollo turístico sostenible y centrado en las personas.	● HC1. Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural. ● HC4. Gobernanza multinivel. ● HC5. Alineación con las tendencias globales de demanda.	● BC5. Déficits de infraestructura e instalaciones turísticas y oportunidades de renovación de espacios públicos y turísticos. ● BC8. Vulnerabilidad social y ambiental frente al crecimiento del tránsito turístico y de cargas. ● BC11. Agenda de sostenibilidad e innovación poco desarrollada. ● BC15. Percepción de desprotección e inseguridad.

A continuación se desarrollan en tres niveles de análisis complementarios los hallazgos, brechas, objetivos y vectores. En primer lugar los hallazgos y brechas a escala del corredor en su conjunto. Luego la lectura específica de cada una de las cuatro jurisdicciones, identificando en cada caso aquello que la diferencia de las demás y finalmente se identifican zonas prioritarias emergentes atravesadas por la traza del Corredor y que requieren de una atención particular. La lectura específica de cada jurisdicción se presenta en el Anexo II.

6.3.3.1. Desarrollo de los hallazgos estratégicos del Corredor

Activos, capacidades y procesos identificados en el diagnóstico integrado cuya consolidación o profundización puede generar ventajas competitivas para el corredor en su conjunto.

HC1	Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural de escala internacional *Ejes: E1, E2, E7* Fundamentación: la sucesión de ambientes que combina desierto de altura, altiplano, salares, quebradas patrimoniales y yungas subtropicales, junto con un patrimonio cultural vivo que integra comunidades indígenas y rurales, sitios Patrimonio Mundial, patrimonio arqueológico e histórico, manifestaciones de patrimonio inmaterial, fiestas y festividades religiosas compartidas, y una tradición artesanal propia de cada territorio, configura un activo territorial que ningún territorio del corredor podría sostener por sí solo y que habilita productos multidestino de escala internacional. Objetivo estratégico: *consolidar y profundizar la diversidad biogeográfica y cultural del corredor como base de un portafolio de productos turísticos multidestino y de rutas temáticas.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos y circuitos integrados • Puesta en valor del patrimonio natural, arqueológico, histórico e inmaterial • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Marca turística compartida para el posicionamiento del corredor
HC2	La conectividad como impulso a la integración turística del corredor *Ejes: E3* Fundamentación: los aeropuertos internacionales de Salta, Jujuy y el sistema Antofagasta–Calama–Iquique, sumado al Paso de Jama y Sico, constituyen una plataforma de acceso multimodal que permite avanzar en la integración y la conectividad. Hay antecedentes de rutas áreas entre Salta e Iquique que funcionaban en los veranos, descontinuadas en la pandemia. También se evidencia discontinuidad en los servicios terrestre. En la actualidad solo hay entre Calama y Salta. Objetivo estratégico: *consolidar y escalar la conectividad internacional del corredor como plataforma habilitante de circuitos binacionales.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Conectividad aérea y terrestre para la integración turística binacional • Modernización y digitalización de los pasos fronterizos • Interoperabilidad y facilitación de los pasos de frontera con foco en la facilitación del transporte turístico y la experiencia del viajero • Estudios de conectividad aérea del CBC

HC1	Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural de escala internacional *Ejes: E1, E2, E7* Fundamentación: la sucesión de ambientes que combina desierto de altura, altiplano, salares, quebradas patrimoniales y yungas subtropicales, junto con un patrimonio cultural vivo que integra comunidades indígenas y rurales, sitios Patrimonio Mundial, patrimonio arqueológico e histórico, manifestaciones de patrimonio inmaterial, fiestas y festividades religiosas compartidas, y una tradición artesanal propia de cada territorio, configura un activo territorial que ningún territorio del corredor podría sostener por sí solo y que habilita productos multidestino de escala internacional. Objetivo estratégico: *consolidar y profundizar la diversidad biogeográfica y cultural del corredor como base de un portafolio de productos turísticos multidestino y de rutas temáticas.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos y circuitos integrados • Puesta en valor del patrimonio natural, arqueológico, histórico e inmaterial • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Marca turística compartida para el posicionamiento del corredor
HC3	Marcas-destino subnacionales consolidadas y polos de proyección internacional *Ejes: E5, E1, E4* Fundamentación: "Salta, Tan Linda que Enamora", "Jujuy, Energía Viva" y "Antofagasta, un universo por descubrir", junto con la consolidación de San Pedro de Atacama como principal hub receptor internacional del corredor y el posicionamiento del concepto “Desierto de Atacama”, demuestran una capacidad de posicionamiento y comercialización ya instalada sobre la cual construir una narrativa conjunta y estrategias de posicionamiento conjunto. Objetivo estratégico: *potenciar las marcas-destino subnacionales y los polos de proyección internacional ya consolidados como plataforma de una marca conjunta del corredor.* Vectores de transformación: • Marca turística compartida para el posicionamiento del corredor • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Inteligencia turística y de mercados (prospectiva, monitoreo de demanda)
HC4	Gobernanza multinivel como base para avanzar de la coordinación a la decisión binacional *Ejes: E8* Fundamentación: la evolución desde instancias informales hacia un esquema binacional con puntos focales y cronogramas, sumada a instrumentos y programas de los organismos públicos, a una institucionalidad turística municipal destacable y a un alto compromiso político de los gobiernos subnacionales, revela un entramado institucional multinivel más desarrollado de lo habitual en procesos de integración transfronteriza. Objetivo estratégico: *consolidar y escalar la arquitectura de gobernanza multinivel hacia una institucionalidad binacional con mayor capacidad decisoria efectiva.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento institucional público y de la gobernanza • Articulación público-privada • Profesionalización del sector turístico • Fortalecimiento de la Mesa de Turismo y Cultura y de la agenda binacional de gobernanza del corredor.

HC1	Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural de escala internacional *Ejes: E1, E2, E7* Fundamentación: la sucesión de ambientes que combina desierto de altura, altiplano, salares, quebradas patrimoniales y yungas subtropicales, junto con un patrimonio cultural vivo que integra comunidades indígenas y rurales, sitios Patrimonio Mundial, patrimonio arqueológico e histórico, manifestaciones de patrimonio inmaterial, fiestas y festividades religiosas compartidas, y una tradición artesanal propia de cada territorio, configura un activo territorial que ningún territorio del corredor podría sostener por sí solo y que habilita productos multidestino de escala internacional. Objetivo estratégico: *consolidar y profundizar la diversidad biogeográfica y cultural del corredor como base de un portafolio de productos turísticos multidestino y de rutas temáticas.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos y circuitos integrados • Puesta en valor del patrimonio natural, arqueológico, histórico e inmaterial • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Marca turística compartida para el posicionamiento del corredor
HC5	Alineación estratégica con las tendencias globales de demanda *Ejes: E4* Fundamentación: el auge internacional del turismo de naturaleza, aventura, astroturismo y experiencias auténticas coincide con los atributos diferenciales del corredor, posicionándolo favorablemente frente a segmentos internacionales de alto valor agregado y creciente disposición al gasto. Objetivo estratégico: *posicionar internacionalmente al corredor capitalizando la sintonía entre sus atributos diferenciales y las tendencias globales de demanda.* Vectores de transformación: • Puesta en valor del patrimonio natural, arqueológico, histórico e inmaterial • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Inteligencia turística y de mercados (prospectiva, monitoreo de demanda) • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Marketing y promoción para segmentos turísticos prioritarios • Fortalecimiento de la calidad y la sostenibilidad de la oferta turística
HC6	Base de competitividad empresarial y apropiación digital creciente del sector privado *Ejes: E1, E5, E6* Fundamentación: los altos niveles de conocimiento de la iniciativa del corredor y de uso de canales digitales de comercialización entre los prestadores relevados constituyen una base de adopción tecnológica sobre la cual construir una agenda de competitividad e innovación empresarial, orientada a que el sector privado incorpore de manera más sistemática nuevas tecnologías y mayor digitalización en su gestión. Objetivo estratégico: *fortalecer la competitividad empresarial del corredor a partir de la adopción digital ya iniciada por el sector privado.* Vectores de transformación: • Innovación y transformación digital del sector turístico • Articulación público-privada • Capacitación y entrenamiento en comercialización digital • Inteligencia turística y de mercados (prospectiva, monitoreo de demanda) • Fortalecimiento de la calidad y la sostenibilidad de la oferta turística • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales

HC1	Complementariedad geográfica, patrimonial y cultural de escala internacional *Ejes: E1, E2, E7* Fundamentación: la sucesión de ambientes que combina desierto de altura, altiplano, salares, quebradas patrimoniales y yungas subtropicales, junto con un patrimonio cultural vivo que integra comunidades indígenas y rurales, sitios Patrimonio Mundial, patrimonio arqueológico e histórico, manifestaciones de patrimonio inmaterial, fiestas y festividades religiosas compartidas, y una tradición artesanal propia de cada territorio, configura un activo territorial que ningún territorio del corredor podría sostener por sí solo y que habilita productos multidestino de escala internacional. Objetivo estratégico: *consolidar y profundizar la diversidad biogeográfica y cultural del corredor como base de un portafolio de productos turísticos multidestino y de rutas temáticas.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos y circuitos integrados • Puesta en valor del patrimonio natural, arqueológico, histórico e inmaterial • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Marca turística compartida para el posicionamiento del corredor
HC7	Posicionamiento geoestratégico como corredor de integración continental *Ejes: E1* Fundamentación: la ubicación del territorio entre los océanos Atlántico y Pacífico y su condición de uno de los principales corredores de integración física de Sudamérica constituyen un activo de visibilidad y reconocimiento institucional previo en ámbitos comerciales, logísticos y políticos, todavía no capitalizado turísticamente. Objetivo estratégico: *capitalizar turísticamente el posicionamiento geoestratégico y el reconocimiento institucional ya instalado del corredor como proyecto de integración continental.* Vectores de transformación: • Marca turística compartida para el posicionamiento del corredor • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Posicionamiento internacional de las rutas y experiencias del corredor • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor • Fortalecimiento de la Mesa de Turismo y Cultura y de la agenda binacional de gobernanza del corredor
HC8	Mejora ya visible de la imagen urbana en las principales ciudades del corredor *Ejes: E2, E8* Fundamentación: el trabajo de campo relevó avances concretos en varias de las principales ciudades del corredor —especialmente en Chile— en materia de mejora de la imagen urbana, espacio público, espacios culturales y museos, un proceso todavía acotado a los centros urbanos mayores pero que constituye una base concreta sobre la cual construir un eje estratégico de desarrollo urbano turístico a escala de todo el corredor. Objetivo estratégico: *escalar la mejora urbana ya en marcha en las principales ciudades hacia un modelo conjunto de gestión de destinos a escala del corredor.* Vectores de transformación: • Red de Ciudades del Corredor Bioceánico de Capricornio • Evolución de destinos consolidados hacia modelos de Destinos Turísticos Inteligentes • Puesta en valor del patrimonio mediante espacios culturales y museísticos • Revitalización y embellecimiento de espacios urbanos y del espacio público

6.3.3.2. Brechas Estratégicas del Corredor

Diferencias entre la situación actual y la situación deseada del corredor en su conjunto.

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC2	Barreras regulatorias y operativas para la circulación turística binacional *Ejes: E3, E8* Fundamentación: el esquema de "circuitos espejo" impide que un mismo vehículo opere un circuito abierto entre ambos países, los controles migratorios y aduaneros manuales y sin digitalización constituyen el problema más señalado por los encuestados, y las competencias para modificar esta normativa exceden a los actores subnacionales que hoy conducen el proceso de integración. Objetivo estratégico: *transformar el régimen normativo y operativo fronterizo para habilitar circuitos turísticos binacionales abiertos y ágiles.* Vectores de transformación: • Facilitación fronteriza • Innovación y transformación digital del sector turístico • Armonización normativa binacional • Gobernanza multinivel y agenda de incidencia ante niveles nacionales
BC3	Concentración territorial extrema de la oferta y la demanda *Ejes: E1, E2, E4* Fundamentación: la Quebrada de Humahuaca reúne más de la mitad de las plazas de alojamiento de Jujuy, San Pedro de Atacama concentra buena parte de los destinos visitados de Antofagasta e Iquique domina la oferta de Tarapacá, mientras la Ciudad de Salta, sus alrededores y los Valles Calchaquíes explican más del 89% del movimiento turístico de Salta y el intercambio turístico entre las propias jurisdicciones del corredor es asimétrico. Objetivo estratégico: *diversificar y equilibrar territorialmente la oferta y los flujos turísticos, tanto dentro de cada jurisdicción como entre ellas.* Vectores de transformación: • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Impulso a los flujos turísticos entre el norte argentino y el norte de Chile • Fortalecimiento de la infraestructura turística y habilitante en áreas emergentes • Fortalecimiento institucional público y de la gobernanza

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC4	Brechas de capital humano, innovación y profesionalización compartidas por las cuatro jurisdicciones *Ejes: E6* Fundamentación: las competencias lingüísticas, la atención al viajero internacional, la digitalización, la comercialización y la adopción de estándares de calidad certificados continúan siendo limitadas de manera compartida en las cuatro jurisdicciones, mientras que la informalidad laboral del sector se identifica en todos los territorios como una debilidad relevante. Objetivo estratégico: *elevar de forma homogénea las capacidades del capital humano y por lo tanto empresarial turístico del corredor.* Vectores de transformación: • Profesionalización del sector turístico • Integración de la oferta formativa turística entre el Norte de Argentina y Chile • Innovación y transformación digital del sector turístico • Fortalecimiento de la calidad y la sostenibilidad de la oferta turística • Estudio de la informalidad y sus causas • Simplificación de los procesos de habilitación y registro turístico • Adecuación de la oferta formativa a las competencias del turismo del futuro • Capacitación en idiomas, con especial énfasis en portugués • Programas de alfabetización digital e incorporación tecnológica en la gestión empresarial y estatal

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC5	Déficits transversales de infraestructura básica y tensión con otras dinámicas productivas del corredor *Ejes: E3, E7* Fundamentación: el estado de las rutas de acceso, la señalización turística y la disponibilidad de servicios básicos presentan brechas significativas fuera de los nodos consolidados, en un corredor cuya lógica original es la de transporte de cargas e integración comercial, donde la minería y el creciente tránsito de camiones compiten por infraestructura y suelo con el desarrollo turístico. Objetivo estratégico: *cerrar las brechas de infraestructura habilitante e integrar la planificación turística con la lógica logística y extractiva del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Ordenamiento territorial de áreas estratégicas del corredor • Compatibilización del desarrollo turístico con las actividades logísticas y productivas • Inversión público-privada • Mesa de Gobernanza Turismo-Minería-Logística • Articulación de la responsabilidad social empresarial minera con proyectos turísticos
BC6	Déficits en infraestructura y equipamiento turístico, junto con oportunidades de renovación urbana y de sitios turísticos *Ejes: E3, E7* Fundamentación: el estado la señalización turística, la disponibilidad de infraestructura, instalaciones y equipamiento vinculado a sitios patrimoniales y turísticos así como las oportunidades de renovación y puesta en valor de los espacios públicos en todos los niveles, se vuelven relevantes no solo para mejorar la atractividad y aprovechamiento turístico, sino también para mejorar los espacios públicos en beneficios de la comunidad y el turismo. Objetivo estratégico: *Mejorar la atractividad de pueblos y ciudades.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Ordenamiento territorial de áreas estratégicas del corredor • Inversión público-privada • Articulación de la responsabilidad social empresarial minera con proyectos turísticos

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC7	Ausencia de un sistema de inteligencia turística binacional *Ejes: E8* Fundamentación: la dificultad para acceder a datos consistentes sobre movimiento de frontera y flujos turísticos binacionales, junto con la escasez de estadísticas turísticas de oferta y demanda regionales o provinciales homologables, limita la capacidad de los organismos públicos para diseñar políticas y anticipar riesgos basados en evidencia. Más allá de estos vacíos estadísticos puntuales, el corredor carece de un sistema permanente de inteligencia turística —observatorios, prospectiva de mercados y monitoreo continuo de la demanda— que sustente decisiones de mediano plazo. Objetivo estratégico: *desarrollar un sistema de inteligencia turística binacional que sustente la toma de decisiones del corredor.* Vectores de transformación: • Inteligencia turística y de mercados (prospectiva, monitoreo de demanda)
BC8	Vulnerabilidad social y ambiental frente al crecimiento del tránsito turístico y de cargas *Ejes: E7* Fundamentación: el incremento del tránsito de camiones en corredores turísticos sensibles conlleva riesgos sociales documentados —incluyendo situaciones de vulneración de derechos de niñas, niños y adolescentes en localidades de tránsito— y presiona sobre ecosistemas altoandinos frágiles que constituyen, a la vez, el principal atractivo del corredor y un recurso vulnerable frente al cambio climático. Objetivo estratégico: *integrar salvaguardas sociales y ambientales explícitas en la estrategia de desarrollo turístico y logístico del corredor.* Vectores de transformación: • Sostenibilidad y calidad ambiental • Protección social y de derechos de la niñez • Gestión de riesgos climáticos y de altura en el corredor • Gobernanza ambiental multinivel • Estándares ambientales, sociales y económicos (ASE) para proyectos turísticos del CBC • Monitoreo ambiental y social permanente en territorios sensibles (San Pedro de Atacama)

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC9	Ausencia de un esquema articulado de conectividad aérea regional *Ejes: E3, E4* Fundamentación: el corredor no cuenta con un esquema articulado de conectividad aérea regional que optimice los flujos internos entre los cuatro territorios y amplíe, a la vez, las conexiones internacionales del conjunto. Objetivo estratégico: *desarrollar un esquema de conectividad aérea regional que optimice los flujos internos y amplíe las conexiones internacionales del corredor.* Vectores de transformación: • Desarrollo de una estrategia de conectividad aérea para el corredor binacional • Optimización de rutas intrarregionales • Ampliación de conexiones internacionales conjuntas • Articulación con las autoridades aeronáuticas de ambos países
BC10	Promoción cruzada reducida a acciones estacionales y bajo aprovechamiento de la cercanía regional *Ejes: E4, E5* Fundamentación: la promoción cruzada entre el norte argentino y el norte chileno se sostiene mediante campañas ocasionales antes que mediante acciones permanentes, y la actividad turística se concentra fuertemente en la temporada estival, sin un aprovechamiento sistemático de la cercanía regional para generar demanda durante todo el año. A ello se suma el condicionamiento a la demanda según la oportunidad del tipo de cambio. Objetivo estratégico: *desarrollar una estrategia de promoción cruzada permanente basada en la cercanía y la demanda intrarregional durante todo el año.* Vectores de transformación: • Promoción cruzada permanente entre el norte argentino y el norte chileno • Desarrollo de turismo de cercanía regional (escapadas, turismo deportivo, gastronómico y cultural todo el año) • Aprovechamiento e intercambio de grandes eventos deportivos, culturales y gastronómicos como dinamizadores de flujos intrarregionales

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC11	Agenda de sostenibilidad, innovación y transformación digital de empresas y destinos poco desarrollada *Ejes: E5, E6* Fundamentación: más allá de la adopción de canales digitales básicos de comercialización ya identificada en el corredor, no se advierte una agenda específica de innovación orientada a la incorporación de inteligencia artificial, la transformación digital de las empresas turísticas, la digitalización integral de los destinos ni el fortalecimiento del liderazgo comercial del sector privado en estos procesos. De igual manera aún es muy incipiente la adopción de estándares de sostenibilidad turístuca entre las empresas. Objetivo estratégico: *desarrollar una agenda de innovación y transformación digital para empresas y destinos del corredor.* Vectores de transformación: • Innovación y transformación digital del sector turístico • Evolución de destinos consolidados hacia modelos de Destinos Turísticos Inteligentes • Fortalecimiento del liderazgo comercial del sector privado • Mayor articulación empresarial a escala regional • Fortalecimiento de la calidad y la sostenibilidad de la oferta turística • Estándares ambientales, sociales y económicos (ASE) para proyectos turísticos del CBC

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC12	Infraestructura turística habilitante de pequeña escala subdesarrollada *Ejes: E2, E3* Fundamentación: más allá de las grandes obras viales y fronterizas ya identificadas, el corredor presenta un desarrollo incipiente de la infraestructura turística de menor escala que condiciona directamente la experiencia del visitante: rutas escénicas, miradores, paradores y áreas de descanso, señalética interpretativa, infraestructura específica para motorhomes (campings y estacionamientos especializados) y embarcaderos turísticos, equipamiento e instalaciones en áreas y sitios naturales, paradores en caletas y playas secundarias, obras de protección y conservación de lugares patrimoniales, y obras de embellecimiento urbano, entre otras. Objetivo estratégico: *desarrollar infraestructura turística habilitante de pequeña escala que mejore la experiencia del visitante en todo el corredor.* Vectores de transformación: • Puesta en valor del paisaje como atractivo turístico del corredor a través de Rutas Escénicas • Paradores y áreas de descanso • Señalética interpretativa del patrimonio • Infraestructura para motorhomes • Embarcaderos turísticos e instalaciones en caletas y playas • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Protección y conservación de lugares patrimoniales • Revitalización y embellecimiento de espacios urbanos y del espacio público

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC13	Experiencia del visitante en los pasos fronterizos no gestionada como momento turístico *Ejes: E3, E5* Fundamentación: los pasos fronterizos del corredor se gestionan predominantemente como puntos de control migratorio y aduanero, sin una línea de trabajo específica orientada a la experiencia del visitante: no se identifican de manera sistemática la capacitación del personal de atención en clave turística, herramientas de comunicación e interpretación, acciones de sensibilización ni espacios promocionales que aprovechen el cruce fronterizo como la primera experiencia turística del corredor. Objetivo estratégico: *transformar la experiencia del visitante en los pasos fronterizos en la primera experiencia turística positiva del corredor.* Vectores de transformación: • Capacitación del personal de atención fronteriza en clave turística • Herramientas de comunicación vial e interpretación en los pasos fronterizos • Acciones de sensibilización turística • Espacios promocionales e informativos sobre los destinos del corredor en los pasos fronterizos
BC14	Rezago de los municipios del interior en gestión urbana y espacio público turístico *Ejes: E2, E8* Fundamentación: los avances en imagen urbana, espacio público, espacios culturales y museos relevados en las principales ciudades del corredor no se observan con la misma intensidad en los municipios del interior, donde la gestión urbana turística permanece incipiente o ausente, ampliando la brecha de calidad de experiencia entre los nodos urbanos consolidados y el resto del territorio. Objetivo estratégico: *extender hacia los municipios del interior las mejoras de gestión urbana y espacio público ya visibles en las principales ciudades del corredor.* Vectores de transformación: • Planificación urbana turística, códigos de edificación y ordenamiento del uso del suelo • Revitalización y embellecimiento de espacios urbanos y del espacio público • Fortalecimiento de la gestión municipal en turismo • Cooperación técnica entre ciudades y municipios menores

BC1	Baja integración comercial binacional pese a una arquitectura institucional madura *Ejes: E5, E8* Fundamentación: pese a casi una década de foros y acuerdos institucionales, la comercialización del corredor permanece fragmentada: ningún operador chileno relevado comercializa productos turísticos conjuntos con el norte argentino, la integración avanzó más en el plano institucional que en el empresarial, y la construcción de una marca turística unificada se reitera, foro tras foro, como un tema pendiente sin progresos sustantivos. Objetivo estratégico: I*ntegrar efectivamente la oferta turística binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Integración binacional del sector privado turístico • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Articulación público-privada • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Cooperación con organismos regionales/internacionales para el desarrollo del corredor
BC15	Percepción de desprotección e inseguridad *Ejes: E3, E7* Fundamentación: tanto la Política Regional de Turismo (PRT) de Tarapacá, que releva la seguridad como una debilidad, como los encuentros con actores públicos y privados —en especial en localidades próximas a los pasos fronterizos— advierten una preocupación lógica por la seguridad y protección de niñas, niños y adolescentes, y también del turista. En los pasos andinos, las condiciones de altura extrema y climáticas se suman como un desafío adicional que puede generar esta sensación de desprotección. La condición de seguridad es un requisito fundamental para el desarrollo del turismo, de allí la relevancia de destacar este factor. Objetivo estratégico: *fortalecer la seguridad turística y la percepción de protección en el corredor, con especial atención a las zonas de frontera y a los pasos andinos.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la seguridad turística y protocolos de asistencia al viajero • Protección social y de derechos de la niñez • Gestión de riesgos climáticos y de altura en el corredor • Articulación con fuerzas de seguridad y organismos de frontera
BC16	Discontinuidad de las estrategias de promoción internacional del destino, en especial en mercados de proximidad *Ejes: E5* Fundamentación: Las acciones de promoción en los mercados internacionales sufren de variaciones en su intensidad, muchas veces son esporádicas y no siempre se traducen en una presencia estable en los mercados prioritarios. Esto se advierte especialmente en el caso de la presencia de Jujuy y Salta en Tarapacá y Antofagasta y viceversa. Objetivo estratégico: *dar continuidad y sostenibilidad a la estrategia de promoción internacional en mercados prioritarios y de proximidad* Vectores de transformación: • Promoción internacional sostenida • Inteligencia de mercados • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Profesionalización de la gestión de marca

6.3.4. Zonas Transversales de Atención Prioritaria

Más allá del corredor en su conjunto y de cada jurisdicción administrativa, existen lógicas espaciales que atraviesan o se despliegan dentro de los territorios y que, por su vinculación directa con la traza del corredor y/o su potencialidad turística, requieren una mirada propia.

	Zona
Z1	Borde costero de Tarapacá y Antofagasta Territorios: Tarapacá, Antofagasta | Eje vial: Ruta 1 (litoral) Fundamentación: ambas regiones comparten más de 500 km de litoral con caletas pesqueras, playas y potencial náutico (buceo, surf, pesca deportiva) hoy tratado como periferia de las ciudades de Iquique y Antofagasta antes que como un eje turístico propio, pese a su cercanía a los principales aeropuertos y puertos del corredor y a su potencial de sol y playa complementario a la oferta andina.
Z2	Corredor de la RN 34: selva de montaña (Salta) y Yungas (Jujuy) *Territorios: Salta, Jujuy | Eje vial: RN 34* Fundamentación: la RN 34 articula un mismo ambiente subtropical de selva de montaña y yungas que atraviesa Salta y Jujuy, con una biodiversidad y un potencial de ecoturismo y turismo rural y comunitario que contrastan con el resto del corredor —predominantemente árido y andino— pero que hoy se diagnostican y promocionan de manera fragmentada por cada provincia.
Z3	La Puna de Salta y Jujuy *Territorios: Salta, Jujuy | Eje vial: RN 51 (Salta) y RN 52 (Jujuy)* Fundamentación: la Puna salteña y la Puna jujeña comparten un mismo ambiente altiplánico y convergen hacia los pasos de Sico y Jama respectivamente, con desafíos comunes de fortalecimiento municipal, escasez de servicios turísticos y tensión con el tránsito de cargas sobre sus rutas. Pese a integrar, de hecho, una misma región funcional, hoy se diagnostican y gestionan de manera separada por cada provincia.
Z4	La Pampa y el Desierto: transición entre el altiplano y el borde costero *Territorios: Tarapacá, Antofagasta | Eje vial: Ruta 5 y rutas transversales Iquique–Huara–Colchane / Antofagasta–Calama* Fundamentación: la Pampa del Tamarugal, y la zona de desierto en la Región de Antofagasta, constituye la zona de transición entre el borde costero y el altiplano, articulando física y logísticamente ambos extremos del territorio chileno del corredor. Es hoy la zona con menor desarrollo turístico propio y la más asociada exclusivamente al tránsito de cargas y pasajeros entre la costa y la cordillera.

7. De los hallazgos a las propuestas

Las propuestas que se desarrollan a partir de este capítulo constituyen una derivación operativa del diagnóstico estratégico de la cadena de valor del turismo presentado en los capítulos precedentes para las provincias de Salta y Jujuy (Argentina) y las regiones de Antofagasta y Tarapacá (Chile).

Sobre esa base, el presente Informe desarrolla un plan de acción que se organiza en tres piezas articuladas. La primera es una cartera de proyectos —públicos, privados y público-privados, de alcance nacional y subnacional— para el fortalecimiento de la cadena turística, sistematizada en fichas. La segunda es una propuesta de circuitos y rutas de experiencias temáticas de alcance binacional, que traduce los recursos del corredor en productos con potencial de comercialización. Y la tercera es una Hoja de Ruta para su desarrollo, que comprende las estrategias de puesta en marcha, los actores involucrados y un modelo de gobernanza para la coordinación público-privada y la participación comunitaria.

Las fichas de los proyectos de inversión integran el Anexo III del presente Informe y las de los circuitos y rutas de experiencias temáticas, el Anexo IV.

8. Plan de inversión

8.1. Del diagnóstico a la propuesta

El Diagnóstico Estratégico del Corredor Bioceánico de Capricornio concluye que el principal desafío del corredor no es la escasez de atractivos, sino su puesta en valor, integración y comercialización: los cuatro territorios reúnen una combinación de recursos naturales, culturales e institucionales de jerarquía internacional que ningún territorio podría sostener por sí solo, pero que hoy operan de manera fragmentada, con una fuerte concentración de la demanda en uno o dos destinos por jurisdicción y una articulación comercial binacional todavía incipiente.

La Cartera de Proyectos que se presenta a continuación busca traducir ese diagnóstico en propuestas concretas. No se orienta a construir nuevos atractivos, sino a dotar al corredor de la infraestructura, la institucionalidad y los instrumentos de comercialización que permitan transformar un conjunto de activos hoy dispersos en un producto turístico integrado.

Su estructura recoge las tres escalas de análisis con las que trabajó el propio Diagnóstico —el corredor en su conjunto, la lectura diferencial por jurisdicción y las zonas transversales de atención prioritaria—, ordenadas aquí según un criterio adicional: la competencia de gobierno que debe decidir e implementar cada proyecto.

Leída con ese criterio, la Cartera resulta mayoritariamente de competencia subnacional, y por dos vías. Están, en primer lugar, los proyectos de alcance binacional cuya ejecución recae en los gobiernos provinciales y regionales y en la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales. Y están, en segundo lugar, los proyectos territoriales que responden a la lectura diferencial por jurisdicción y atienden las brechas específicas de infraestructura, oferta y capacidades que cada diagnóstico documentó para Salta, Jujuy, Antofagasta y Tarapacá.

Ahora bien, lo subnacional no significa lo mismo a uno y otro lado de la cordillera, y esa diferencia condiciona la implementación. En Argentina, las provincias de Salta y Jujuy son jurisdicciones autónomas con competencia turística plena. En Chile, en cambio, lo subnacional supone una articulación necesaria entre el Gobierno Regional, de conducción política electa a partir de la reciente regionalización, y los servicios y direcciones de organismos nacionales desconcentrados presentes en cada territorio, entre ellos SERNATUR, CORFO, las Secretarías Regionales Ministeriales y las direcciones regionales del Ministerio de Obras Públicas.

Un grupo más acotado de proyectos excede esa competencia y requiere decisión de nivel nacional o bilateral. Es el caso de la conectividad aérea binacional y del régimen especial de transporte turístico internacional en los pasos de Jama y Sico, que dependen de las autoridades aeronáuticas, de las cancillerías y, en el caso argentino, del propio Congreso Nacional.

A esta distinción por competencia de gobierno se superpone una segunda dimensión, transversal y no excluyente: la de la articulación público-privada. Proyectos como la Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos, la Estrategia de Marca y Promoción Internacional, la Transformación Digital de Operadores y el Fortalecimiento del Turismo Rural, Comunitario e Indígena tienen por objeto explícito activar y formalizar la participación del sector privado y de las comunidades, aun cuando su ejecución siga recayendo en organismos públicos. La distinción no es menor: el propio Diagnóstico advierte que el proceso de integración se encuentra más avanzado en el plano institucional que en el empresarial, y estos proyectos son los que buscan cerrar esa brecha.

8.1.1. Los cinco desafíos estratégicos

Esta arquitectura permite además ordenar la Cartera según los cinco desafíos estratégicos que el Diagnóstico identifica como horizonte del corredor.

La consolidación de una gobernanza integrada y una mayor cooperación entre los territorios se instrumentan en los proyectos de fortalecimiento de la Mesa de Turismo y de la Mesa de Cámaras y Gremios, que dan cuerpo institucional a un compromiso político que el trabajo de campo encontró sólido a nivel de gobiernos subnacionales. De este primer desafío se desprenden, en rigor, los dos proyectos de mayor criticidad de toda la Cartera, por tratarse de condición habilitante para el resto: la constitución de la Mesa de Turismo como una mesa técnica de real representación, con funcionarios de cada territorio dotados de capacidad decisoria y no meramente protocolar, y la conformación de la Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos como su contraparte privada, hoy inexistente pese a que cada territorio cuenta con cámaras y asociaciones ya consolidadas. Sin ambas mesas operando con poder de decisión efectivo, el resto de los proyectos corren el riesgo de no ser sostenidos en el tiempo. Sobre este aspecto se retomará en el capítulo 10, vinculado a la Hoja de Ruta.

La transformación de la conectividad y la infraestructura en ventajas competitivas se traduce en los proyectos de señalética, rutas escénicas, conectividad aérea y régimen de transporte turístico internacional, que responden directamente a las brechas de interoperabilidad fronteriza y a la necesidad de diferenciar funcionalmente los espacios turísticos de los de transporte de cargas o mineros.

El desarrollo territorial equilibrado e inclusivo se atiende mediante los proyectos de fortalecimiento de destinos emergentes y de turismo rural, comunitario e indígena, que buscan que los territorios hoy concentrados en uno o dos destinos por jurisdicción puedan integrar progresivamente sus áreas emergentes a los circuitos ya consolidados.

El posicionamiento del corredor mediante una propuesta de valor auténtica y de alto valor agregado se desarrolla a través de los proyectos de marca, comercialización binacional, transformación digital de operadores y diversificación de producto —astroturismo, turismo rural y comunitario, patrimonio minero e industrial—, que dan salida comercial a la diversidad de recursos que el Diagnóstico documenta como el principal activo diferencial del corredor.

Y la sostenibilidad, la resiliencia y la centralidad de las personas se instrumentan en el programa de indicadores y criterios de sostenibilidad turística, que responde a la tensión estructural entre desarrollo turístico y fragilidad de los ecosistemas del corredor, identificada de manera transversal en los cuatro territorios.

La Cartera se abocó deliberadamente a proponer iniciativas de naturaleza turística: desarrollo de producto, marca y comercialización, capital humano, sostenibilidad, inteligencia turística, gobernanza sectorial e infraestructura turística habilitante de pequeña escala. Este recorte responde al alcance del componente y a la vocación de no superponerse con las restantes dimensiones que abordaron los otros Planes Maestros del CBC. Resulta imprescindible entender, sin embargo, que esta Cartera no es autosuficiente: ***sólo podrá sostenerse en la medida en que avancen en paralelo el Plan de Infraestructura Física y Digital y el componente de Facilitación del Comercio y Procesos Transfronterizos del PM-CBC.***

En síntesis, la Cartera turística agrega valor sobre una base habilitante. Su secuencia de implementación debería leerse en conjunto con la secuenciación de los proyectos viales, fronterizos y digitales del PM-CBC, y su gobernanza debería anclarse en la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales en articulación con los espacios donde se decide la agenda de infraestructura y facilitación.

8.1.2. Cómo se constituyeron las carteras territoriales

La conformación de los proyectos de escala subnacional siguió dos vías complementarias. En algunos casos, las iniciativas surgieron de las prioridades planteadas por los propios organismos subnacionales de turismo y recuperan proyectos ya incorporados en sus instrumentos de planificación vigentes o en sus agendas de gestión. En otros, la selección respondió deliberadamente a situaciones territoriales identificadas como críticas en el Diagnóstico.

En este segundo grupo se consideraron, en primer lugar, las regiones y territorios emergentes vinculados a la traza del Corredor, que concentran activos turísticos de alto valor, pero presentan bajos niveles relativos de desarrollo y aprovechamiento turístico. En estos espacios, la brecha BC3 —referida a la elevada concentración territorial de la oferta y la demanda— encuentra una de sus expresiones más claras, por lo que resulta estratégico promover inversiones que contribuyan a diversificar territorialmente la actividad turística.

En segundo lugar, se consideraron los destinos consolidados que también requieren intervención, aunque con objetivos diferentes. En estos casos, la prioridad no es promover un crecimiento basado en un mayor volumen de visitantes, sino sostener el desarrollo turístico bajo condiciones de sostenibilidad, gestión de la capacidad de carga y protección del patrimonio, especialmente frente al incremento de la visitación y del tránsito de cargas asociado al Corredor.

Finalmente, la selección incorporó la consideración de productos turísticos emblemáticos y de aquellos con mayor potencial de integración a escala del Corredor, identificados como

oportunidades para articular territorios, diversificar la oferta y generar nuevas propuestas de circulación y permanencia de los visitantes. Este criterio permitió incorporar proyectos que, aun cuando no respondieron directamente a una situación crítica, presentan un elevado potencial para contribuir a la integración turística regional y al posicionamiento del Corredor como espacio turístico.

8.1.3. Alcance y carácter de la cartera

Esta cartera no pretende ser exhaustiva. Su elaboración incluyó reuniones e intercambios técnicos con los gobiernos subnacionales de los cuatro territorios, pero no fue validada ni consensuada con la totalidad de los actores territoriales, sectoriales y comunitarios del corredor.

Su valor es, por lo tanto, orientativo. Busca señalar próximos pasos e iniciativas capaces de reducir las brechas identificadas y de capitalizar las palancas y oportunidades que el Diagnóstico reconoce, y dar visibilidad a propuestas de escala subnacional que hasta ahora no habían sido formuladas en clave de integración. Su destino natural es constituirse en agenda de trabajo con cada jurisdicción, y no en un listado cerrado de inversiones.

Con ese propósito, cada ficha se presenta en las secciones siguientes vinculada de manera explícita a los hallazgos, brechas y ejes diagnósticos de los que se desprende, y a su correspondencia con el portafolio de circuitos y rutas binacionales del corredor. La intención es que la Cartera pueda leerse no como un conjunto de iniciativas aisladas, sino como el instrumento de implementación de la visión de desarrollo turístico integrado, competitivo y sostenible que el Diagnóstico Estratégico propone como horizonte para el Corredor Bioceánico de Capricornio.

Sobre los valores de referencia del presupuesto

El campo de presupuesto de cada ficha consigna valores de referencia y no presupuestos formulados. Responde, además, a dos regímenes claramente diferenciados.

Cuando el proyecto coincide con una iniciativa ya presupuestada en un instrumento oficial vigente, se adopta esa cifra sin alteración. Es el caso de los proyectos de Tarapacá que se corresponden con la cartera de inversiones de la Política Regional de Turismo 2024–2034, cuyos montos en pesos chilenos se convirtieron a dólares al tipo de cambio observado del Banco Central de Chile del 7 de septiembre de 2026, de 933,47 pesos por dólar.

En los demás casos, la valorización es una estimación propia construida sobre una tabla de módulos de referencia armonizados para el conjunto de la Cartera, de modo que un mismo tipo de componente reciba el mismo valor en los cuatro territorios. Los módulos se derivaron, en una primera instancia, de las convergencias que las fichas ya presentaban entre sí, y se recalibraron luego contra el costo real de proyectos chilenos comparables, tomados de tres fuentes: el Plan de Zona en Desarrollo de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo para las comunas de Tocopilla y María Elena, el Plan Maestro para el Turismo

MOP 2030 de las regiones de Antofagasta y Tarapacá, y la propia Política Regional de Turismo de Tarapacá. Los componentes que se despliegan en más de un territorio se valorizan como múltiplo del módulo correspondiente, y todos los montos se redondean a múltiplos de diez mil dólares, en coherencia con su condición de valores de referencia.

8.2. Cartera de proyectos de inversión

La cartera de inversiones del componente turístico del PM-CBC reúne treinta y tres proyectos, organizados en tres niveles según la competencia institucional requerida para su ejecución. El Nivel I agrupa las cuatro iniciativas de competencia nacional, vinculadas a la infraestructura vial, la conectividad aérea y terrestre y el marco normativo del transporte turístico internacional. El Nivel II comprende doce proyectos de competencia subnacional y alcance común a los cuatro territorios del corredor, orientados a la gobernanza, la promoción, la inteligencia turística y el desarrollo de producto binacional. El Nivel III reúne diecisiete proyectos de competencia subnacional específicos de cada jurisdicción: cuatro en Jujuy, cinco en Salta, cuatro en Antofagasta y cuatro en Tarapacá.

La valorización total de referencia asciende a USD 35,04 millones, de los cuales el 14,5 % corresponde al Nivel I, el 17,2 % al Nivel II y el 68,3 % al Nivel III.

A continuación se presenta la cartera de proyectos de alcance común al corredor en forma sucinta, consignando sólo el objetivo de cada proyecto. Cuatro de ellos requieren decisión de gobierno nacional o bilateral y los doce restantes son de competencia subnacional, con la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales como ámbito de conducción. Luego se presentan los proyectos listados por plazo y una referencia de su valoración en USD. El desarrollo de cada Ficha debe buscarse en el Anexo III (Archivos Excel).

Con el fin de facilitar una lectura integrada del Corredor Bioceánico de Capricornio y de reforzar la articulación con el estudio desarrollado para el **tramo Paraguay-Brasil**, *cada proyecto común incorpora una referencia cruzada a las iniciativas convergentes o complementarias identificadas por el consultor a cargo del mismo*. Estas referencias no modifican el contenido ni el alcance de los proyectos formulados, sino que buscan explicitar sus vínculos con otras iniciativas del corredor, en particular en materia de gobernanza, planificación, inteligencia turística, señalización, marca, desarrollo de productos, transformación digital y comercialización.

En este sentido, **la identificación de proyectos que presentan puntos de convergencia y complementariedad en los distintos tramos del CBC pone de manifiesto la existencia de oportunidades para avanzar hacia estrategias de alcance regional**, que trasciendan las intervenciones individuales y permitan abordar desafíos comunes desde una perspectiva integral. Esta coincidencia temática constituye una base valiosa para promover mayores niveles de coordinación entre los territorios, generar sinergias, optimizar recursos y desarrollar iniciativas articuladas que contribuyan a consolidar una visión turística compartida para el conjunto del Corredor Bioceánico de Capricornio.

16 Proyectos comunes al CBC (Niveles I y II)

1. Señalética vial y en terminales representativa del CBC

Consolidar el Corredor Bioceánico de Capricornio como un itinerario turístico transfronterizo seguro, competitivo e integrado, dotándolo de una identidad visual unificada, de orientación turística en rutas estratégicas y de herramientas de información digital. El proyecto responde al modelo de circuito binacional de eje troncal y eslabones, dando continuidad narrativa a los circuitos que se enganchan en cada sección funcional. La aplicación de la marca del CBC en la señalética se ajustará al acuerdo de uso y responsabilidad de la marca previsto en el proyecto N.° 3.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC1, programa integrado «Señalización e identidad territorial del corredor»): BP2 – Señalización Turística Estandarizada y Bilingüe.

2. Rutas Escénicas del CBC e Instalaciones Turísticas

Transformar los principales ejes de conectividad del corredor en rutas escénicas integradas a los circuitos y rutas de experiencias temáticas propuestos, mediante la puesta en valor del paisaje y la incorporación de miradores, paradas de contemplación, áreas de descanso, servicios y nodos de atención al viajero, con el propósito de convertir el desplazamiento entre destinos en una experiencia turística en sí misma, mejorar las condiciones de viaje de los distintos segmentos de turismo carretero y fortalecer la integración territorial y turística binacional, incluidos los pasos fronterizos de Jama y Sico.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC2, programa integrado «Infraestructura turística y experiencia de viaje»): BP5 – Paradores Turísticos y Centros de Atención al Viajante.

3. Estrategia de Marca y Promoción Internacional del CBC

Construir y posicionar una marca turística compartida del corredor en mercados internacionales, respaldando el desarrollo de marca ya en curso por la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales con un manual de uso y un plan de promoción internacional integrado, que combine la penetración en mercados de larga distancia con la promoción cruzada de turismo de cercanía entre el norte argentino y el norte de Chile. Comprende, además, una carta de compromiso o acuerdo de uso y responsabilidad de la marca, que permita homologar los criterios sobre quiénes y de qué manera pueden utilizarla en los distintos territorios —incluidas las iniciativas de generación y uso de señalética—, y asegurar que su aplicación respete la identidad y la pertinencia local, en particular en los territorios donde las comunidades tienen una participación relevante y posiciones críticas respecto de las intervenciones que se realizan en ellos.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC3, programa integrado «Marca y posicionamiento internacional del CBC»): BP3 – Constitución de la Vocación Turística y Elaboración de la Marca-Destino.

4. Programa de Transformación Digital, Escalamiento e Internacionalización Comercial Binacional de Operadores Turísticos

Fortalecer la competitividad del tejido empresarial turístico del corredor, en especial de los emprendedores emergentes y de menor escala, mediante la generación de capacidades en transformación digital, la adaptación de la oferta a estándares globales, su inserción efectiva en catálogos y canales de distribución internacionales y su integración a los circuitos binacionales.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC4, programa integrado «Transformación digital e internacionalización comercial»): BP7 – componente digital del proyecto Estructuración de Productos Turísticos y Transformación Digital.

5. Fortalecimiento de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC

Consolidar a la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales como el espacio de trabajo técnico e interregional que sostiene, coordina y da seguimiento a la ejecución de la cartera de proyectos turísticos del corredor, dotándola de la institucionalidad, los recursos y los instrumentos de gestión necesarios para operar de forma continua.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC5, programa integrado «Gobernanza turística e institucionalidad»): BP1 – Institucionalización Municipal del Turismo y Asistencia Técnica a Gobiernos Locales.

6. Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del Corredor Bioceánico de Capricornio

Consolidar un espacio permanente de gobernanza público-privada e integración empresarial entre las cámaras, asociaciones y gremios turísticos del corredor, orientado a fortalecer las relaciones comerciales binacionales, validar la agenda estratégica del corredor e impulsar la competitividad del sector.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC6, programa integrado «Gobernanza turística e institucionalidad»): *BP1 – Institucionalización Municipal del Turismo y Asistencia Técnica a Gobiernos Locales.*

7. Programa de Fortalecimiento del Turismo Rural, Comunitario e Indígena del CBC

Fortalecer los emprendimientos de turismo rural, comunitario e indígena a lo largo del corredor mediante el intercambio binacional de saberes y la consolidación de una oferta conjunta que facilite su posicionamiento e inserción en mercados internacionales.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC7, programa integrado «Turismo comunitario, indígena y patrimonio cultural»): *BP10 – Centros de Comercialización del Artesanado y Cadenas Artesanales; BP15 – Etnoturismo Indígena y Quilombola con Protocolos Éticos.*

8. Implementación del Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en Destinos Consolidados del CBC

Impulsar la transformación de los destinos más consolidados y nodos urbanos del corredor mediante la implementación del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes, optimizando su gestión a través de la tecnología, la sostenibilidad, la accesibilidad y la gobernanza de datos.

9. Observatorio Turístico Binacional del CBC

Diseñar la metodología e implementar la primera etapa de un sistema permanente de inteligencia turística binacional que sustente la toma de decisiones estratégicas de los sectores público y privado del corredor.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC9, programa integrado «Inteligencia turística y observatorio del CBC»): BP12 – Observatorio Binacional del Turismo de la Ruta Bioceánica; BP14 – Sistema Local de Inteligencia Turística y Estadística del Chaco.

10. Programa de Fortalecimiento de la Gestión Municipal Turística y Destinos Emergentes del Corredor

Fortalecer la capacidad técnica e institucional de la gestión municipal en turismo y habilitar a las localidades emergentes del corredor para su integración efectiva y sostenible a los circuitos turísticos binacionales.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC10, programa integrado «Gobernanza turística e institucionalidad»): *BP1 – Institucionalización Municipal del Turismo y Asistencia Técnica a Gobiernos Locales.*

11. Programa de Desarrollo y Comercialización de las Rutas de Experiencias Temáticas del CBC

Dotar al corredor de una metodología común y replicable para desarrollar, validar y comercializar sus rutas de experiencias temáticas, aplicándola de forma secuencial a las seis rutas binacionales del portafolio de circuitos, comenzando por la Ruta Binacional de los Cielos Andinos como ruta piloto.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC11, programa integrado «Desarrollo de productos y experiencias turísticas»): *BP7 – Estructuración de Productos Turísticos y*

Transformación Digital; BP9 – Rutas Fluviales y Experiencias en las Márgenes del Río Paraguay; BP13 – Ruta de los Fortines y Turismo de Memoria de la Guerra del Chaco.

12. Programa de apoyo a la sostenibilidad turística e identificación de indicadores clave del Corredor

Fortalecer la calidad y la sostenibilidad de la oferta turística del corredor y monitorear sus impactos ambientales y sociales.

13. Plan de Conectividad Aérea y Terrestre Binacional del CBC

Realizar un estudio técnico y comercial de factibilidad para el diseño y la optimización de rutas aéreas intrarregionales e internacionales, que permita mejorar la conectividad interna entre los nodos principales del corredor, fortalecer los flujos turísticos y comerciales locales y potenciar la captación de mercados emisores de larga distancia *aprovechando la infraestructura aeroportuaria existente.*

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC13, programa integrado «Conectividad y facilitación del viaje»): BP8 – Programa de Estructuración y Acceso Fluvial.

14. Régimen Especial de Transporte Turístico Internacional del Corredor Bioceánico de Capricornio

Facilitar el transporte turístico terrestre internacional entre el norte argentino y el norte de Chile, promoviendo circuitos turísticos binacionales y aprovechando las oportunidades de integración y desarrollo turístico generadas por el corredor.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC14, programa integrado «Conectividad y facilitación del viaje»): *BP8 – Programa de Estructuración y Acceso Fluvial*.

15. Plataforma Digital e Integración Comercial de Circuitos Turísticos del CBC

Proveer una plataforma digital única —aplicación móvil y sitio web— que presente el portafolio de circuitos y rutas binacionales ya validados, habilite la adhesión comercial de operadores turísticos de ambos países a dichos circuitos, por tramos o eslabones específicos o en formato integral, y concentre en un solo punto de acceso el direccionamiento a fuentes oficiales de información, diferenciado para dos perfiles de usuario: el viajero y el operador turístico.

Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC15, programa integrado «Plataforma integrada de comercialización turística»): *BP11 – Plataforma Integrada de Comercialización y Voucher Digital.*

16. Programa Integral de Transformación, Inteligencia, Competitividad y Sostenibilidad Turística del Corredor

Fortalecer la competitividad, la sostenibilidad y la integración regional del sector turístico de los cuatro territorios del corredor mediante el desarrollo del capital humano, la formalización de prestadores, la inteligencia turística, la gestión sustentable y la transformación digital e innovación, preparando a los destinos para aprovechar las oportunidades derivadas del corredor.

Proyectos territoriales (Nivel III)

Jujuy

La cartera jujeña reúne proyectos orientados a diversificar la oferta provincial y a ordenar su destino de mayor tracción. El primero apunta a desarrollar la región de las Yungas y el Corredor Verde, hoy emergente, mediante infraestructura turística, la puesta en valor de sitios naturales y una planta de alojamiento y servicios de baja escala y bajo impacto. El segundo se concentra en la gestión turística sostenible de la Quebrada de Humahuaca, Sitio de Patrimonio Mundial, a través de la regulación y el monitoreo de los flujos de visitantes, la mejora de la interpretación y el desarrollo de productos de mayor valor y menor intensidad de uso. El tercero consolida la Ruta de los Cielos Jujeños y su articulación con la Puna salteña y el altiplano chileno, bajo un astroturismo de acceso simple y fuerte componente de cultura viva. El cuarto fortalece y diversifica la oferta de los Valles Jujeños mediante la puesta en valor de sus recursos naturales, culturales e históricos, el desarrollo de experiencias interpretativas — un centro de interpretación en Laguna Rodeo, en el Parque Provincial Potrero de Yala, y la experiencia inmersiva «Éxodo» en el Cabildo de Jujuy— y la mejora de los soportes para el visitante, incluida la infraestructura de apoyo para viajeros en motorhome, articulando los principales atractivos y localidades de la región bajo una lógica de red.

Salta

La cartera salteña comprende cinco proyectos que combinan un instrumento de planificación con cuatro iniciativas de desarrollo de producto y territorio. El primero promueve el desarrollo de instalaciones y obras de infraestructura habilitante en sitios naturales de los alrededores de la ciudad de Salta y del Valle Calchaquí. El segundo actualiza el Plan Estratégico de Turismo LIDERAR como instrumento rector del desarrollo provincial, incorporando de forma explícita la lógica del corredor, los circuitos integrados y las oportunidades de articulación binacional. A ellos se suman la activación turística de la Región Selva de Montaña, área emergente y zona de acceso norte al corredor, con servicios públicos habilitantes y acompañamiento a emprendimientos privados y comunitarios de pequeña escala; el reposicionamiento internacional de la Ruta de los Vinos de Altura de los Valles Calchaquíes; y la estructuración de la Puna salteña como producto de travesías y turismo de expedición, con estándares de seguridad, señalización y operación profesional orientados a segmentos internacionales de nicho.

Antofagasta

La cartera antofagastina reúne cuatro proyectos que buscan diversificar un destino hoy concentrado en San Pedro de Atacama. El primero reposiciona la marca turística regional y la dota de un mecanismo de gobernanza que articule a los actores públicos, privados y comunales, habilitando su integración coherente a la marca del corredor. El segundo consolida el borde costero —Taltal, Antofagasta, Mejillones y Tocopilla— como destino de sol y playa, náutica y naturaleza marina, articulando la infraestructura pública del borde mar y la conectividad escénica de la Ruta 1 con el desarrollo de la oferta privada, con la participación del Ministerio de Obras Públicas a través de su Dirección de Obras Portuarias. El tercero estructura la oferta de turismo astronómico y científico, articulando el acceso a los grandes observatorios con una oferta complementaria de observación y divulgación, con alcance regional —San Pedro de Atacama, Taltal, Sierra Gorda y otras comunas con potencial astroturístico—. Y el cuarto desarrolla la Ruta del Cobre, en torno a la minería en operación y al patrimonio arqueológico del Alto El Loa, capitalizando la actividad productiva dominante de la región como recurso turístico diferencial.

Tarapacá

La cartera tarapaqueña comprende cuatro proyectos orientados a construir identidad regional y a extender la actividad más allá del eje de Iquique. El primero construye una marca turística regional unificada y unifica la comercialización digital de una oferta hoy fragmentada entre múltiples portales. El segundo fortalece la infraestructura y las condiciones de uso turístico del borde costero, mejorando la experiencia de los visitantes, la accesibilidad y la competitividad de sus destinos. El tercero desarrolla los oasis y la Pampa del Tamarugal como un sistema turístico integrado y complementario a Iquique, articulando turismo rural y agroturismo, turismo indígena, termalismo, patrimonio cultural y religioso, naturaleza, astroturismo y patrimonio arqueológico. Y el cuarto integra la oferta dispersa del altiplano —cultura aymara viva, geología termal y humedales altoandinos de importancia internacional— en un producto de base comunitaria, con un componente diferencial de ciencia ciudadana aplicada a la conservación.

8.2.1. Nivel I — Competencia nacional

Presentación de los Proyectos cuya ejecución depende de organismos nacionales (vialidad, transporte, aeronáutica, relaciones exteriores).

N.°	Proyecto	Ref. BP*	Plazo	USD
1	Señalética vial y en terminales representativa del CBC	BP2	Medio	1.070.000
2	Rutas Escénicas del CBC e Instalaciones Turísticas	BP5	Largo	3.900.000
13	Plan de Conectividad Aérea y Terrestre Binacional del CBC	BP8	Corto	100.000
14	Régimen Especial de Transporte Turístico Internacional del CBC	BP8	Medio	10.000
	Subtotal Nivel I			5.080.000

8.2.2. Nivel II — Subnacional común al CBC

N.°	Proyecto	Ref. BP	Plazo	USD
3	Estrategia de Marca y Promoción Internacional del CBC	BP3	Medio	350.000
4	Transformación Digital, Escalamiento e Internacionalización Comercial	BP7	Corto	480.000
5	Fortalecimiento de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales	BP1	Corto	0
6	Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del CBC	BP1	Corto	50.000
7	Fortalecimiento del Turismo Rural, Comunitario e Indígena	BP10; BP15	Medio	560.000
8	Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)	—	Medio	1.560.000
9	Observatorio Turístico Binacional del CBC	BP12; BP14	Medio	150.000
10	Gestión Municipal Turística y Destinos Emergentes	BP1	Medio	490.000
11	Desarrollo y Comercialización de las Rutas de Experiencias Temáticas	BP7; BP9; BP13	Medio	740.000
12	Sostenibilidad turística e indicadores clave	—	Medio	240.000
15	Plataforma Digital e Integración Comercial de Circuitos	BP11	Medio	50.000
16	Programa Integral de Transformación, Inteligencia, Competitividad y Sostenibilidad	---	Medio	1.360.000
	Subtotal Nivel II			6.030.000

* Referencia cruzada con el proyecto del tramo Brasil-Paraguay

8.2.3. Nivel III — Subnacional específico de cada territorio

Jujuy

Código	Proyecto	Plazo	USD
J1	Corredor Verde y Yungas Jujeñas	Medio	1.710.000
J2	Gestión turística sostenible de la Quebrada de Humahuaca	Medio	1.660.000
J3	Ruta de los Cielos Jujeños (Puna)	Medio	1.640.000
J4	Fortalecimiento de los Valles Jujeños	Medio	910.000
	Subtotal Jujuy		5.920.000

Salta

Código	Proyecto	Plazo	USD
S1	Instalaciones turísticas en sitios naturales de Salta	Largo	1.160.000
S2	Actualización del Plan Estratégico de Turismo de Salta	Corto	120.000
S3	Región Selva de Montaña	Largo	1.330.000
S4	Reposicionamiento de la Ruta de los Vinos de Altura	Medio	920.000
S5	Puna Salteña	Medio	940.000
	Subtotal Salta		4.470.000

Antofagasta

Código	Proyecto	Plazo	USD
A1	Marca Turística Regional de Antofagasta	Corto	600.000
A2	Costa del Desierto de Atacama	Largo	2.290.000
A3	Turismo Astronómico y Cielos de Atacama	Medio	830.000
A4	Ruta del Cobre: turismo industrial y patrimonio minero	Largo	2.380.000
	Subtotal Antofagasta		6.100.000

Tarapacá

Código	Proyecto	Plazo	USD
T1	Marca Regional Tarapacá y Plataforma de Comercialización	Corto	600.000
T2	Infraestructura Turística del Borde Costero	Largo	4.400.000
T3	Oasis y Pampa del Tamarugal	Medio	2.000.000
T4	Altiplano Aymara Vivo	Medio	440.000
	Subtotal Tarapacá		7.440.000

Total

Nivel	Proyectos	USD	%
I — Nacional	4	5.080.000	14,5
II — Subnacional común	12	6.030.000	17,2
III — Subnacional territorial	17	23.930.000	68,3
Total	33	35.040.000	

Los presentes proyectos se desarrollan en las Fichas que constituyen el Anexo III del presente Informe.

9. Propuesta de Circuitos Integrados

9.1. Bases conceptuales y territoriales de la propuesta

9.1.1. Antecedentes en los ámbitos de articulación del corredor

Dentro de los antecedentes corresponde destacar dos aspectos tratados en los ámbitos de articulación formales del Corredor, ya expuestos en el apartado 4.4.1, a los que se remite para su desarrollo completo.

a) Por un lado, la Marca Turística del Corredor, tema persistente y con escaso avance a lo largo de las sucesivas instancias de trabajo (IV Foro 2023, V Foro 2024, VI Foro 2025 y XII GT 2025), que recién en la XII Reunión de las Cancillerías (noviembre 2025) alcanzó un acuerdo con contenido específico: la marca como submarca del isotipo del CBC, con la frase "cultura y turismo".

b) Por otro, la construcción de una oferta turística integrada y comercializable a escala del corredor, que se abordó en sucesivas reuniones: desde las actas del Comité NOA–Norte Grande de 2018 y 2019 —calendario regional de promoción conjunta, manual de productos turísticos integrados, dos rutas integradas desde Antofagasta, Arica e Iquique hasta Jujuy, Salta y Tucumán—, pasando por la propuesta del Corredor Turístico Centro Andino Sur (2023), hasta el relevamiento de los registros de prestadores realizado en el VII Foro (octubre 2025). La XII Reunión de Cancillerías sistematizó ese recorrido en una arquitectura de planificación turística de tres niveles: el "Territorio de Imperdibles" como concepto paraguas (Selva y Yungas, Puna y Altiplano, y Salinas); los Circuitos Integradores, conformados por rutas patrimoniales, productivas y de pueblos rurales; y los Productos Turísticos (turismo rural productivo, turismo cultural, enoturismo, turismo de naturaleza, sitios Patrimonio Mundial, rutas escénicas e iniciativas Best Tourism Villages), complementados con un catálogo regional de "Territorios de Oportunidad" orientado a la inversión privada.

El Corredor Ecoturístico Capricornio

Otro antecedente relevante es el proyecto “Travesía Capricornio”, que constituye una iniciativa de turismo de naturaleza y desarrollo territorial impulsada por la Fundación ProYungas junto a Redes Chaco en el marco de la iniciativa de Impacto Verde. El mismo propone articular diferentes paisajes, comunidades, actividades productivas y experiencias turísticas a lo largo del territorio argentino atravesado por el Trópico de Capricornio. La experiencia original fue realizada en 2024 por Fundación ProYungas: más de 3.100 km

recorridos durante unos 120-130 días, combinando desplazamientos a pie y en bote, atravesando seis provincias: Jujuy, Salta, Formosa, Chaco, Corrientes y Misiones. El propósito declarado fue conocer y visibilizar el territorio, sus ecosistemas, comunidades, culturas, actividades productivas, problemáticas y potencialidades. En ese recorrido se atravesaron ambientes muy diferentes: Puna, Quebrada de Humahuaca, Yungas, Chaco, campos y malezales, humedales y selva misionera.

A partir de esta experiencia se desarrolló una propuesta de **Corredor Ecoturístico Capricornio**, concebida no necesariamente como un único viaje de larga duración, sino como un conjunto de tramos y experiencias que pueden recorrerse de manera parcial y combinarse de acuerdo con los intereses y disponibilidad de los visitantes. Lo propuesta hoy se materializa en un **Catálogo de Travesía Capricornio**[1] que organiza el recorrido en tres grandes tramos: Jujuy y Salta; Formosa y Chaco; y Corrientes y Misiones.

Para el área de Jujuy y Salta, denominada en el catálogo como el tramo “desde la Puna a la Selva de Yungas”, la propuesta resulta particularmente significativa como antecedente territorial. En Jujuy se inicia en Susques, a aproximadamente 3.600 m s. n. m., y articula la Puna, las Salinas Grandes, la Quebrada de Humahuaca y el vínculo hacia las Yungas. Se incorporan experiencias vinculadas con naturaleza, turismo vivencial y arqueológico, fotografía, astronomía, trekking, patrimonio y cultura local. La conexión entre la Quebrada y las Yungas aparece expresada tanto en la posibilidad de realizar el trekking Tilcara–Calilegua como en el recorrido vehicular entre Humahuaca y el Parque Nacional Calilegua, poniendo en valor la transición entre ambientes de montaña árida y selva.

En Salta, la propuesta se concentra especialmente en el sector norte provincial y en el ámbito de las Yungas. El catálogo incorpora experiencias de naturaleza, aventura, biodiversidad, turismo comunitario y observación de aves. Entre ellas se destacan el Sendero Sonoro de Campamento Vespucio, actividades en el río Bermejo como kayak, pesca deportiva y observación de aves, y experiencias de contacto con comunidades Koya en Los Naranjos y San Andrés. También se incluyen la Reserva Provincial de Acambuco, la Reserva de Biosfera de las Yungas, la Reserva Nacional El Nogalar de Los Toldos, el Parque Nacional Baritú y recorridos por la Ruta Provincial 7, además de propuestas de termalismo y turismo rural y comunitario. El avistaje de aves es presentado expresamente como una actividad emblemática del norte salteño.

9.1.2. Qué se entiende por ruta y circuito turístico binacional

La literatura especializada define a las *rutas y circuitos turísticos binacionales como recorridos planificados que conectan atractivos de interés cultural, histórico o natural ubicados en dos países diferentes*. Su objetivo es ofrecer al viajero una experiencia transfronteriza unificada, facilitando la integración de la oferta de bienes, servicios y pasos fronterizos de ambas naciones.

[1] https://redeschaco.org/wp-content/uploads/2026/01/Travesia-Capricornio-Catalogo.pdf

Estos recorridos pueden articularse bajo un hilo conductor temático o experiencial común, generando una propuesta de valor más amplia que la ofrecida por cada destino de manera individual. Desde esta perspectiva, la diversidad geográfica, cultural y productiva del corredor ofrece condiciones para estructurar itinerarios que vinculen desiertos de altura, salares, áreas protegidas, patrimonio arqueológico, culturas andinas, turismo comunitario, gastronomía, observación astronómica, turismo de aventura y experiencias vinculadas a actividades productivas locales.

Como ya se expresó en otras instancias de este estudio, uno de los principales hallazgos del diagnóstico es la elevada diversidad territorial presente en el ámbito de estudio. Esta heterogeneidad representa una condición favorable para la construcción de propuestas turísticas integradas capaces de articular paisajes, patrimonios, experiencias y servicios complementarios y bajo “intereses o motivaciones” especiales.

La complementariedad entre territorios constituye uno de los principales activos del corredor, en tanto permite ampliar la diversidad de experiencias disponibles para los visitantes y fortalecer las posibilidades de articulación entre actores públicos, privados y comunitarios.

9.1.3. Estadios de desarrollo turístico de los destinos del corredor

El análisis territorial realizado evidencia la coexistencia de distintos niveles de desarrollo turístico dentro del corredor. Estas diferencias se expresan en aspectos tales como la disponibilidad de infraestructura, la diversidad y calidad de los servicios turísticos, el grado de estructuración de productos y experiencias, la capacidad de gestión de los destinos, los mecanismos de gobernanza y las acciones de promoción y comercialización.

A efectos analíticos, es posible identificar tres grandes grupos de territorios:

- Destinos con desarrollo turístico consolidado: Corresponden a territorios que cuentan con una oferta turística diversificada, una estructura de servicios amplia, canales de comercialización establecidos, reconocimiento en los mercados y capacidades institucionales orientadas a la gestión del turismo. Dentro de esta categoría pueden incluirse destinos como San Pedro de Atacama, las ciudades de Salta y San Salvador de Jujuy y sus respectivas áreas de influencia, la Quebrada de Humahuaca, los Valles Calchaquíes y los entornos urbanos de Iquique y Antofagasta.

- Territorios en proceso de desarrollo:_Se trata de áreas que disponen de recursos naturales, culturales o paisajísticos con capacidad de atracción turística y donde ya se observan iniciativas empresariales y comunitarias vinculadas a la actividad. Sin embargo, aún presentan oportunidades de fortalecimiento en aspectos como la diversificación de servicios, la profesionalización empresarial, el desarrollo de experiencias comercializables y la ampliación de capacidades de gestión. En este

grupo pueden ubicarse diversos sectores de la Puna argentina y determinados espacios costeros situados entre los principales centros urbanos del norte de Chile.

- Destinos emergentes: Incluye territorios donde la actividad turística se encuentra en etapas iniciales de desarrollo y donde predominan iniciativas de pequeña escala impulsadas por comunidades locales, organizaciones territoriales o gobiernos municipales. En varios de estos casos, el turismo se presenta como una actividad complementaria a economías basadas en la producción agropecuaria, la ganadería o actividades tradicionales. Se destacan experiencias vinculadas al turismo indígena y comunitario en el norte de Chile, así como localidades del eje de la Ruta Nacional 34 en Salta y Jujuy, próximas a recursos de relevancia como el Parque Nacional Calilegua (Reserva de Biósfera de las Yungas), el Parque Provincial Acambuco y otros espacios naturales protegidos.

Esta diversidad de estadios de desarrollo no constituye una limitación para la integración turística. Por el contrario, permite concebir circuitos capaces de combinar destinos con distintos niveles de madurez, favoreciendo la distribución territorial de beneficios, la complementariedad de experiencias y la generación de oportunidades para territorios con menor nivel de desarrollo turístico.

9.1.4. Afinidades temáticas y productos de interés especial

Además de las diferencias en los niveles de desarrollo turístico, el diagnóstico identifica oportunidades de integración basadas en afinidades temáticas, culturales, geográficas o experienciales entre distintos territorios.

La experiencia internacional demuestra que los circuitos turísticos temáticos permiten articular destinos con diferentes grados de desarrollo bajo una propuesta de valor compartida, facilitando la creación de productos más atractivos para segmentos específicos de demanda y favoreciendo la cooperación entre actores públicos y privados.

En este sentido, ONU Turismo define a los productos turísticos de interés especial c*omo una combinación de elementos materiales e inmateriales construidos en torno a una motivación de viaje específica*. Esta definición resulta particularmente pertinente para el ámbito del Corredor Bioceánico de Capricornio, donde la diversidad de recursos, paisajes y expresiones culturales permite estructurar propuestas integradas que trascienden los límites administrativos y nacionales.

Por otro lado, los denominados "viajes de interés especial" o "turismo temático" han adquirido creciente relevancia en los mercados internacionales. Estos segmentos se caracterizan porque la decisión de viaje está determinada por una motivación específica —más que por el destino en sí mismo— y suelen demandar experiencias auténticas, especializadas y con alto contenido interpretativo.

Bajo este enfoque, un producto turístico no se limita a la existencia de atractivos o servicios aislados, sino que integra experiencias, infraestructura, patrimonio, hospitalidad, interpretación y relatos capaces de responder a una motivación concreta de viaje. La construcción de circuitos turísticos integrados requiere, por lo tanto, identificar aquellos intereses o motivaciones que presentan potencial para articular recursos dispersos en el territorio y transformarlos en propuestas comercializables.

Desde esta perspectiva, la identificación de afinidades temáticas constituye el punto de partida para la formulación de circuitos turísticos integrados en el corredor. La existencia de recursos complementarios distribuidos entre Argentina y Chile permite considerar el desarrollo de propuestas asociadas, entre otras, a las siguientes temáticas:

Figura 23. Afinidades temáticas y arquitectura de productos turísticos del corredor



La estructuración de circuitos en torno a estas motivaciones ofrece ventajas adicionales desde el punto de vista de la comercialización turística. Por un lado, facilita la construcción de una propuesta de valor reconocible para los mercados emisores; por otro, favorece la articulación empresarial entre prestadores localizados en diferentes jurisdicciones y contribuye a generar flujos turísticos que trascienden los límites provinciales y nacionales.

En consecuencia, el presente estudio adopta como criterio metodológico la identificación y priorización de circuitos turísticos basados en intereses especiales, además de proponer un gran recorrido por el corredor, pensado bajo un concepto más generalista.

9.1.5. Atributos y activos turísticos estratégicos del corredor

El análisis del Corredor Bioceánico de Capricornio parte de reconocer que su potencial no reside en la existencia de atractivos individuales, sino en la combinación y articulación de un conjunto de condiciones territoriales, patrimoniales, culturales y paisajísticas que, consideradas de manera integrada, configuran una identidad diferenciada. Por esa razón, el territorio se aborda aquí a partir de sus atributos territoriales estratégicos, entendidos como las cualidades distintivas —materiales e inmateriales— que otorgan singularidad al corredor y sobre las cuales pueden desarrollarse recursos, experiencias y productos.

La distinción entre categorías resulta operativa y no meramente terminológica. Se entiende por recurso turístico el elemento natural, cultural o paisajístico susceptible de incorporarse a una propuesta turística; por atractivo, el recurso que, en determinadas condiciones de reconocimiento, accesibilidad e interpretación, contribuye a motivar la visita; y por producto o experiencia, la articulación organizada de recursos, servicios, infraestructura e interpretación orientada a un segmento de demanda. A ellas se suma la noción más amplia de activo turístico estratégico, que permite considerar conjuntamente recursos, atractivos, paisajes, nodos de conectividad, capacidades territoriales y reconocimientos internacionales sin reducir el análisis a un inventario de sitios.

Este enfoque toma como referencia el modelo de competitividad y sostenibilidad de destinos de Ritchie y Crouch (2003, 2010), que distingue los recursos y atractores centrales de un destino de los factores y recursos de soporte que permiten aprovecharlos. La consecuencia práctica es directa: la existencia de recursos de alto valor es una condición importante pero no suficiente, ya que su contribución a la competitividad depende de la accesibilidad, la infraestructura, los servicios, la interpretación, la conservación y la gestión del destino. En un territorio extenso, transfronterizo y heterogéneo como el CBC, la pregunta estratégica no es únicamente qué tiene el corredor, sino qué condiciones necesita desarrollar para transformar lo que posee en valor turístico.

Desde esta perspectiva, el primer atributo diferencial del corredor es su **extraordinaria diversidad territorial** dentro de un espacio relativamente continuo, donde se suceden yungas, valles y quebradas andinas, puna de altura, desiertos, salares, oasis y borde costero del Pacífico. Esa transición no debe leerse como una sucesión de paisajes sino como la posibilidad de construir una narrativa basada en el pasaje entre ambientes, culturas y modos de vida, en la que el propio desplazamiento se vuelve parte sustantiva de la experiencia. A ello se suma una **diversidad cultural** que no constituye solamente un conjunto de manifestaciones visitables, sino un componente estructural de esa experiencia, y una profundidad histórica que vincula a estos territorios mucho antes de la configuración de las fronteras nacionales, de la que el Qhapaq Ñan es la expresión patrimonial más reconocida aunque no la única.

Determinados ambientes presentan, además, **condiciones de singularidad** con capacidad de proyección internacional: el Desierto de Atacama, los grandes salares altoandinos, los volcanes y paisajes de altura y los ecosistemas extremófilos, que habilitan tanto el turismo de naturaleza como el turismo científico y las experiencias educativas. Entre ellas destaca la calidad del cielo nocturno —por aridez, altura, baja humedad y escasa contaminación lumínica—, que constituye un activo capaz de articular ciencia, naturaleza y turismo especializado, y cuyo desafío consiste en pasar del reconocimiento individual de determinados sitios a una concepción territorial más amplia.

El **patrimonio** constituye otro componente estructurante. Su valor no reside únicamente en los bienes arqueológicos, arquitectónicos o históricos, sino en la posibilidad de interpretar un territorio donde se superponen distintas temporalidades y formas de ocupación: vestigios

prehispánicos, caminos históricos, arquitectura religiosa, instalaciones ferroviarias, salitreras y mineras, poblados tradicionales y paisajes culturales. La **dimensión inmaterial** —festividades, carnavales, músicas, artesanías, conocimientos tradicionales y gastronomías locales— resulta igualmente relevante, siempre que su incorporación a propuestas turísticas se realice desde criterios de participación, respeto cultural y apropiación comunitaria.

A estos atributos se suma un conjunto de reconocimientos internacionales —el Qhapaq Ñan y la Quebrada de Humahuaca, las oficinas salitreras de Humberstone y Santa Laura como Patrimonio Mundial, las reservas de biósfera y los sitios Ramsar, junto con distinciones vinculadas al turismo sostenible, a los pueblos turísticos y a la calidad de los cielos— que operan como activos de reputación. Su valor estratégico, sin embargo, no deriva del sello en sí mismo: depende de la capacidad del territorio para integrarlos en una narrativa común, conectarlos entre sí y traducirlos en propuestas accesibles para distintos mercados.

Los ejemplos mencionados deben entenderse como expresiones representativas de categorías y atributos, y no como un inventario cerrado del patrimonio o de la oferta turística del corredor. Esta perspectiva deja abierta la incorporación de nuevos recursos, atractivos, iniciativas y territorios a medida que avance el proceso de identificación y validación participativa.

9.2. La oferta de circuitos existente

9.2.1. Circuitos binacionales integrados: estado de consolidación y debilidades estructurales

El corredor cuenta hoy con antecedentes concretos de empaquetamiento comercial binacional, concentrados principalmente en el eje Salta-Jujuy (Argentina)–San Pedro de Atacama (Chile) y su extensión a Uyuni (Bolivia).

Otro antecedente es que la Asociación Jujeña de Agencias de Viajes y Turismo (AJAVYT) ha estructurado siete circuitos técnicamente armados, que combinan la Quebrada de Humahuaca, San Salvador de Jujuy y las Termas de Reyes con destinos chilenos como San Pedro de Atacama, Antofagasta e Iquique, pero que aún no han avanzado en su comercialización. Desde Salta, se documentan de manera análoga el eje Salta–San Pedro de Atacama tradicional (4D/3N) y la Ruta de los Salares, que enlaza las Salinas Grandes con el Salar de Atacama.

Ambos antecedentes constituyen evidencia de que el producto binacional existe y se puede potenciar desde una comercialización más activa e integrada.

Sin embargo en la actualidad la modalidad más relevante es el denominado *"circuito espejo":* cada operador gestiona el tramo dentro de su propio país y traslada a los pasajeros hasta la frontera, donde son recibidos por la contraparte del otro lado para continuar el recorrido. Este esquema permite sortear las restricciones normativas vigentes —que impiden que un

mismo vehículo transporte pasajeros de ida y vuelta entre ambos países—, pero conlleva **debilidades estructurales** que condicionan su escalabilidad comercial:

- **Ineficiencias operativas**: los vehículos suelen regresar vacíos a su lugar de origen, incrementando los costos y limitando la rentabilidad del esquema.
- **Fragmentación de la experiencia turística**: el transporte terrestre regular (por ejemplo, los servicios de Andesmar o Pullman Bus entre Salta/Jujuy y Calama) responde a una necesidad de conectividad, pero no permite desarrollar una experiencia integral sobre la ruta escénica, con paradas en miradores y atractivos del recorrido.
- **Bajo nivel de vinculación comercial binacional en el conjunto del sector privado**: solo el 30% de los operadores turísticos del corredor mantiene vínculos activos con empresas del país vecino, y el 51% no ha establecido ningún vínculo comercial binacional, pese a que la mayoría expresa voluntad de vincularse.
- **Asimetría del flujo binacional**: los circuitos integrados ya desarrollados muestran de forma consistente un mayor flujo de pasajeros desde Argentina hacia Chile que en sentido inverso.
- **Ausencia de un correlato receptivo similar en el extremo norte**: en Tarapacá, los únicos productos con lógica de circuito binacional (Isluga–Salar de Surire–Lauca, "La Leyenda de Kuta Wila") se orientan hacia Arica y el cruce a Perú; no se detecta ningún producto tarapaqueño orientado hacia el corredor con Argentina.

En síntesis, el corredor exhibe una brecha entre la madurez institucional del proceso de integración —foros, comités y acuerdos activos — y la superficialidad de su traducción en producto comercial binacional operando de forma regular y bidireccional, facilitado por un marco normativo más flexible.

9.2.2. Circuitos internos mejor comercializados por territorio

A nivel intraterritorial, cada jurisdicción ha consolidado su propio circuito o eje de mayor tracción comercial, generalmente concentrado en uno o dos destinos ancla:

Tabla 17. Síntesis de circuitos más comercializados a nivel regional

Territorio	Circuito interno mejor comercializado	Rasgos principales
Jujuy	Quebrada de Humahuaca (Purmamarca–Tilcara–Humahuaca) + Salinas Grandes + Tren Solar	Producto UNESCO consolidado; Tren Solar (42 km, Volcán–Tilcara) como innovación reciente de alta visibilidad; complementado por la Ruta del Vino de altura
Salta	Valles Calchaquíes (Cafayate–Ruta del Vino, Cachi–Cuesta del Obispo) + San Antonio de los Cobres + City tour Salta	Producto clásico NOA, frecuentemente combinado con la Quebrada jujeña en paquetes de mayor duración (C4 AJAVYT, 8D/7N)
Antofagasta	San Pedro de Atacama, dentro de un sistema de tres nodos multiproducto (Antofagasta capital, Calama–Alto Loa, San Pedro)	Oferta estructurada en 7 líneas de producto (antofagasta.travel); astroturismo (Paranal, ALMA) como diferenciador de escala internacional; etnoturismo lickanantay concentrado en el eje Calama–Alto Loa–San Pedro
Tarapacá	Eje Iquique–Pozo Almonte–Pica (circuito salitrera-oasis-La Tirana)	Presente en prácticamente todas las plataformas y operadores relevados; incluye patrimonio UNESCO (Humberstone, Santa Laura); las comunas altiplánicas (Colchane, Camiña) tienen presencia acotada y productos de mayor precio y menor frecuencia

Fuente: Elaboración propia.

Se observa un patrón común: en los cuatro territorios, **la oferta comercial se concentra en un eje dominante** mientras que los territorios altiplánicos, más selváticos o costeros, fronterizos o de menor accesibilidad —aun con recursos de alto valor diferencial— permanecen subcomercializados. Esta concentración es, a su vez, uno de los factores que explica por qué la integración binacional resulta aún más incipiente: antes de proyectarse hacia el corredor en su conjunto, cada territorio enfrenta primero su propio desafío de integración interna.

9.3. Esquema propuesto de circuitos

9.3.1. Nodos territoriales y destinos articuladores

La estructuración de circuitos transfronterizos requiere reconocer nodos territoriales y destinos articuladores que concentran infraestructura, conectividad, servicios, oferta y capacidad empresarial. A diferencia de los atractivos puntuales, estos nodos funcionan como puertas de entrada, puntos de distribución y centros de comercialización hacia otros sectores del corredor.

Ciudades como **Salta, San Salvador de Jujuy, San Pedro de Atacama, Antofagasta e Iquique** —junto a centros intermedios en consolidación— desempeñan esta función estratégicamente. Su relevancia no radica únicamente en la cantidad de atractivos que albergan, sino en su capacidad de alojamiento, articulación con operadores y accesibilidad territorial. Reconocer este rol evita una visión centralizada del corredor: los destinos consolidados actúan como nodos de distribución, mientras que los territorios circundantes asumen funciones complementarias vinculadas al patrimonio, la naturaleza, la cultura y las

experiencias locales. Son, en términos operativos, los puntos donde los eslabones regionales se enganchan al eje troncal.

9.3.2. Lógicas complementarias de estructuración

El diseño del portafolio de circuitos se articula a través de dos lógicas complementarias:

1. **Categoría A – Eslabones territoriales y circuitos asociados al eje troncal CBC:** Organiza la oferta según su vinculación espacial con el corredor. El eje troncal CBC opera como infraestructura de conectividad y no como un producto en sí mismo; sobre él se insertan los eslabones territoriales.

2. **Categoría B – Rutas de experiencias temáticas binacionales:** Estructura productos transversales según las motivaciones de viaje del visitante, integrando experiencias de Argentina y Chile independientemente de la secuencia geográfica.

Estructura	Función
A. Eslabones territoriales y circuitos asociados al eje troncal CBC	Articular la oferta turística existente y potencial con el corredor CBC
B. Rutas de experiencias temáticas binacionales	Integrar territorios y experiencias a partir de motivaciones comunes

Mientras el eje troncal ordena el corredor según el desplazamiento físico y la secuencia espacial, las rutas temáticas lo estructuran en función de los intereses y motivaciones del viajero.

Alineación con los acuerdos del corredor

Este esquema no constituye una propuesta alternativa a los acuerdos ya alcanzados en los ámbitos de articulación del corredor, sino su desarrollo operativo. La XII Reunión de Cancillerías formalizó una arquitectura de tres niveles —el "Territorio de Imperdibles" como concepto paraguas, los Circuitos Integradores como primer nivel y los Productos como segundo, con un tercer nivel destinado a las inversiones privadas—, y es sobre esa estructura que se construye la propuesta.

Consideramos que la correspondencia es directa en los dos niveles centrales, en cuanto: (i) los Circuitos Integradores encuentran su expresión en los eslabones: los circuitos y subcircuitos ya operativos en cada territorio que se enganchan al eje troncal en nodos específicos y (ii) Los Productos, definidos allí por motivación —turismo rural productivo, cultural, del vino, de naturaleza, patrimonio mundial, rutas escénicas—, se corresponden con las rutas de experiencias temáticas, que organizan la oferta bajo esa misma lógica de interés especial y no de secuencia espacial.

El "Territorio de Imperdibles" agrupa los grandes ambientes del corredor —Selva y Yungas, Puna y Altiplanicie, Salinas—, y se corresponde con el tránsito de paisajes y territorios que

atraviesa el propio eje troncal del CBC, por lo cual consideramos que ambas lecturas son compatibles.

Por otro lado, el portafolio constituye una cartera preliminar de circuitos y rutas de experiencias con potencial de integración y comercialización binacional. La inclusión de un circuito o ruta no implica que el producto se encuentre actualmente operativo o comercializado en su totalidad. Su validación territorial, operativa y comercial constituye una etapa posterior del Plan de Acción.

9.3.3. Desarrollo de Categorías

9.3.3.1. Categoría A. Eslabones territoriales y circuitos asociados al eje troncal CBC

El eje troncal del CBC constituye, fundamentalmente, una **estructura de conectividad territorial y turística**, y no un circuito turístico en sí mismo. Su función dentro del portafolio consiste en articular los distintos territorios, destinos y circuitos que se encuentran vinculados a su recorrido, generando condiciones para una experiencia turística más amplia y diversificada del corredor.

El modelo se compone de dos elementos:

- **Eje troncal**: la columna vertebral de conectividad del corredor, entendida no como un circuito turístico en sí mismo, sino como la infraestructura, a la que se propone sumar señalética y narrativa de continuidad que permite que los subcircuitos ya desarrollados se articulen entre sí.

- **Eslabones**: los circuitos y subcircuitos de cada territorio e inclusive los circuitos que integran más de un territorio que se enganchan al eje troncal en nodos específicos.

Esta categoría está pensada, principalmente, para aquellos visitantes que recorren el corredor por vía terrestre, ya sea excepcionalmente en su totalidad o, de manera más frecuente**,** por determinados tramos o secciones del recorrido**.** La elección de un tramo no debería entenderse únicamente como un desplazamiento entre dos puntos, sino como una oportunidad para explorar los territorios vinculados al corredor.

En este sentido, cada tramo del eje troncal abre un abanico de posibilidades de desvío y conexión con circuitos, destinos y experiencias próximas, permitiendo que el visitante abandone temporalmente la ruta principal para adentrarse en otros espacios de interés turístico. La incorporación de estos desvíos y circuitos complementarios permite enriquecer la experiencia, ampliar la permanencia en el territorio y favorecer el conocimiento de destinos que no necesariamente forman parte de las rutas principales.

Esta lógica resulta especialmente pertinente para fortalecer modalidades de viaje terrestre como las travesías terrestres, el motorhome y el motociclismo**,** que ya presentan una presencia relevante en determinados sectores del corredor y que, por sus características,

permiten incorporar con mayor flexibilidad desvíos, circuitos complementarios y estancias en diferentes destinos.

Para que esta lógica pueda materializarse, resulta fundamental contar con señalética turística y vial adecuada, que permita identificar los desvíos, destinos y circuitos asociados al eje troncal. En este sentido, el fortalecimiento de la señalización constituye una de las condiciones de infraestructura prioritarias para transformar el corredor en una verdadera estructura de descubrimiento territorial.

La propuesta también busca brindar una herramienta para el sector privado. La identificación de los eslabones y circuitos asociados permite que los operadores turísticos puedan reconocer oportunidades de combinación de dos o más circuitos**,** diseñando recorridos y propuestas propias de distinta escala: provinciales, interregionales y binacionales.

De este modo, el portafolio no pretende establecer un único itinerario de viaje, sino ofrecer una estructura flexible de posibilidades de articulación**,** en la que los operadores y los propios viajeros puedan combinar diferentes territorios y productos de acuerdo con el tiempo disponible, los intereses y las modalidades de viaje.

Esta lógica favorece, asimismo, la articulación entre destinos consolidados y territorios emergentes, permitiendo que los primeros funcionen como puertas de entrada hacia otras áreas del corredor y contribuyendo a una distribución territorial más amplia de los flujos y beneficios turísticos.

Con el objeto de presentar este esquema, se retoma el concepto del **eje troncal estructurado sobre la propia tramificación funcional del corredor definida por el Plan Maestro de Infraestructura (PM-CBC).** El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting–BID, 2026) organiza el corredor en seis secciones funcionales; las tres primeras corresponden al territorio de estudio:

Tabla 18. Secciones del Corredor

Sección 1 — Acceso a Puertos	Ruta 5 Panamericana + Ruta 16 (Iquique), Ruta 25 (Antofagasta) y Ruta 26 (Mejillones), con Calama como nodo de articulación hacia la Sección 2.
Sección 2 — Pasos Andinos	Dos rutas alternativas de cruce cordillerano. El Paso de Jama (Ruta 27 CL + RN 52 AR), categorizado como "corredor de transporte" y completamente asfaltado en ambos lados, opera hoy como el eje troncal turístico funcional. El Paso de Sico (Ruta 23 CL + RN 51 AR), categorizado como "eje de conexión", presenta 120 km sin pavimentar del lado argentino.
Sección 3 — Conurbación NOA Norte	RN 9 / RN 34 / RN 51, eje que articula Salta y Jujuy y concentra los dos aeropuertos internacionales del NOA (Martín Miguel de Güemes y Gobernador Horacio Guzmán).

Fuente: Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting–BID, 2026).

Anclar el eje troncal en esta tramificación tiene una implicancia relevante para la propuesta: **propio Estudio de Infraestructura ya diferencia, dentro de la red vial del corredor, entre**

rutas estructurales de carga y rutas secundarias con función turística explícita. A modo de ejemplo, en la Sección 3 identifica puntualmente la RN9 (Jujuy–Purmamarca) como ruta "turística" y del lado chileno, el eje costero (Ruta 1 o Ruta Costera), más de 500 km de litoral con potencial náutico y de sol y playa.

Figura 24. Resumen de los eslabones o circuitos por sección



Fuente: Elaboración propia

9.3.3.2. Categoría B. Rutas de experiencias temáticas

Las rutas de experiencias temáticas complementan la organización territorial de los eslabones asociados al eje troncal mediante una segunda forma de estructurar la oferta turística del CBC: **la motivación y el tipo de experiencia buscada por el visitante**.

A diferencia de los circuitos territoriales, estas rutas no requieren necesariamente un recorrido lineal ni una única secuencia de desplazamiento. Su valor reside en identificar experiencias, atractivos y productos que pueden articularse entre distintos territorios del corredor y que, considerados conjuntamente, permiten construir propuestas turísticas de alcance binacional.

Esta perspectiva resulta especialmente relevante para la promoción turística conjunta del CBC**,** ya que permite presentar determinadas experiencias como atractores comunes ante mercados específicos. En lugar de comunicar exclusivamente destinos individuales o tramos territoriales, las acciones promocionales pueden organizarse alrededor de intereses y motivaciones compartidas por determinados segmentos de demanda.

De este modo, una ruta temática puede funcionar como un **producto paraguas de promoción**, bajo el cual se integren destinos, circuitos, prestadores y experiencias de ambos

países. Esto facilita una comunicación más coordinada del corredor y permite orientar las acciones de promoción hacia mercados o segmentos específicos, de acuerdo con las características de cada experiencia.

Las rutas temáticas también contribuyen a superar una lógica estrictamente fronteriza de la oferta turística, poniendo en valor la complementariedad existente entre territorios y favoreciendo la construcción de experiencias que atraviesen las fronteras nacionales.

Por ello, su función dentro del portafolio es doble: por un lado, **articular oferta turística dispersa territorialmente en torno a una experiencia común** y, por otro, ofrecer una base para desarrollar acciones de promoción y comercialización conjunta del CBC dirigidas a mercados específicos.

En este marco, se proponen **seis rutas de experiencias temáticas**:

1. Ruta Binacional de los Cielos Andinos. Articula los principales destinos y sitios de observación astronómica de ambos países, integrando la experiencia de los cielos de altura con la divulgación científica, la astronomía ancestral y la interpretación de los paisajes andinos. La ruta pone en valor una condición territorial compartida: la excepcional calidad de los cielos y la relación histórica y cultural de las comunidades andinas con el firmamento.

2. Ruta Histórica: Por las Sendas del Oro Blanco. Arrieros, Salitre y Patrimonio Binacional. Recupera la memoria del antiguo corredor de arrieros del norte argentino hacia las oficinas salitreras chilenas, particularmente durante el período comprendido entre 1870 y 1930. La propuesta articula patrimonio cultural, caminos históricos, memoria ferroviaria, patrimonio industrial y enclaves portuarios, reconstruyendo las relaciones económicas, sociales y culturales que históricamente vincularon ambos territorios.

3. Ruta arqueológica: Qhapaq Ñan – Caravanas de Llamas – Gigante de Tarapacá. Propone recorrer las huellas del intercambio caravanero prehispánico que vinculó el océano Pacífico con los valles y territorios del actual norte argentino. La ruta integra sitios arqueológicos, arte rupestre, caminos ancestrales, vestigios de la presencia incaica y paisajes culturales de altura, poniendo en valor la movilidad y los intercambios que precedieron a las actuales fronteras nacionales.

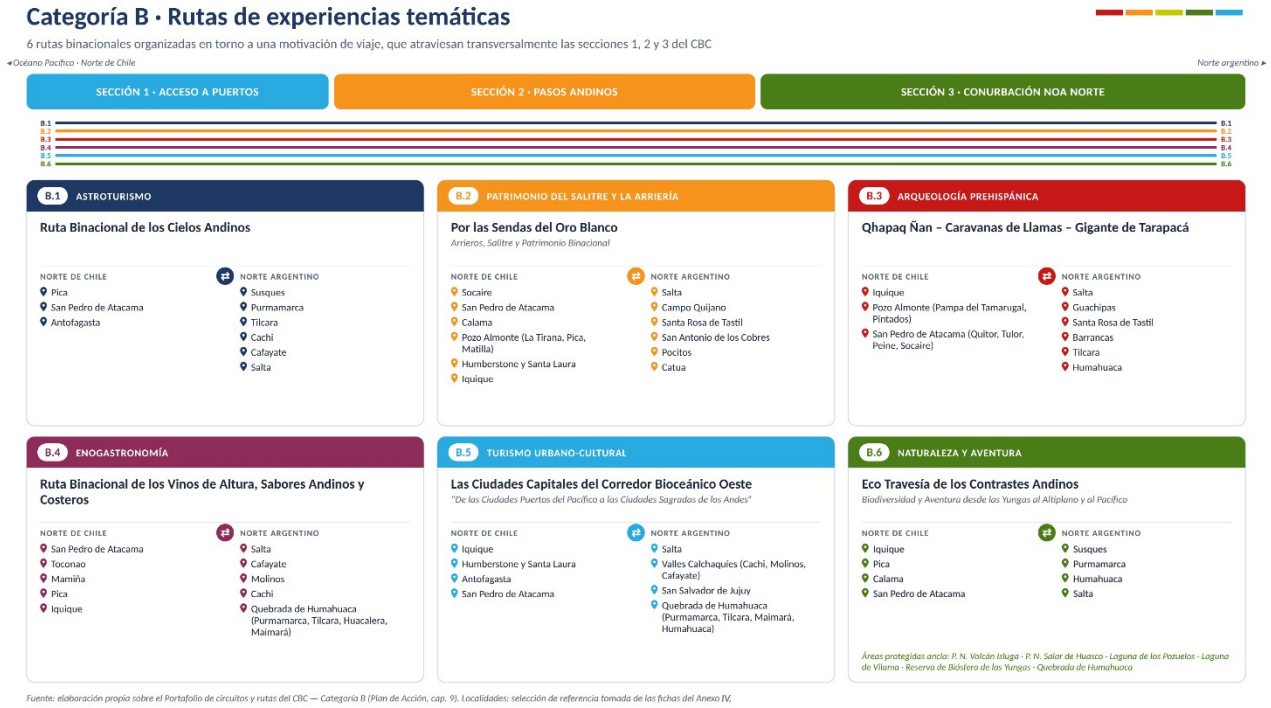
4. Ruta Binacional de los Vinos de Altura, Sabores Andinos y Costeros. Integra los viñedos de altura de los Valles Calchaquíes y la Quebrada de Humahuaca con las experiencias gastronómicas que reflejan la diversidad de productos locales así como tradiciones culinarias de cada territorio. La propuesta busca construir una narrativa gastronómica binacional basada en la diversidad de productos, técnicas y paisajes productivos, desde los cultivos de altura hasta los sabores marinos del litoral pacífico.

5. Las Ciudades Capitales del Corredor Bioceánico Oeste. Articula las principales ciudades capitales y centros urbanos vinculados al corredor como puertas de entrada, nodos de

servicios y espacios de concentración de patrimonio, cultura y eventos. La ruta permite integrar, bajo una misma propuesta, los enclaves portuarios y salitreros del Pacífico con los centros urbanos andinos y coloniales del norte argentino, incorporando además la oferta cultural, gastronómica, comercial y de eventos de cada ciudad.

6. Turismo de Naturaleza y Aventura: Eco Travesía de los Contrastes Andinos. Biodiversidad y Aventura desde las Yungas al Altiplano y al Pacífico. Configura un gran recorrido de carácter ecológico y paisajístico que conecta ambientes naturales y áreas protegidas de ambos países, desde los bosques y yungas de montaña hasta las lagunas altoandinas y los paisajes desérticos de Atacama. La propuesta permite desarrollar experiencias vinculadas al trekking, la contemplación de la naturaleza, la fotografía, la observación de fauna y otras actividades de turismo activo, destacando la extraordinaria diversidad ambiental del corredor.

Figura 25. Resumen de las rutas de experiencias temáticas



Fuente: Elaboración propia

En conjunto, estas seis rutas permiten superponer a la estructura geográfica del corredor una estructura temática de experiencias, ampliando las posibilidades de articulación de la oferta y facilitando su promoción en función de diferentes perfiles de visitantes. De este modo, el corredor deja de ser entendido únicamente como un itinerario de desplazamiento entre territorios y se consolida como un sistema integrado de experiencias, capaz de conectar recursos y destinos a partir de intereses, motivaciones y narrativas compartidas a escala binacional.

9.4. Resumen del portafolio de circuitos y rutas del CBC

9.4.1. Categoría A. Eslabones territoriales y circuitos asociados al eje troncal CBC

A continuación se presenta un resumen de cada uno de los circuitos de la Categoría A, ordenados según la sección del eje troncal a la que se asocian. Para cada circuito se consignan su territorio, su duración base, el concepto del circuito, su cobertura territorial, los destinos y localidades involucradas, los atributos que incluye y sus atractivos ancla.

El desarrollo completo de cada circuito se encuentra en las fichas del Anexo IV, que comprenden: (i) identificación del circuito (nombre, mapa de referencia, concepto del circuito, motivación principal de viaje, estado de desarrollo, tramo del Corredor al que pertenece, país y provincia o región); (ii) caracterización general (duración tentativa, temporalidad recomendada y cobertura territorial); (iii) destinos, atractivos y experiencias (destinos y localidades involucradas, atributos que incluye, atractivos ancla, atractivos complementarios y experiencias clave del circuito); (iv) itinerario base (descripción sintética del recorrido día por día, potenciales puntos de parada y pernocte, y actividades principales); y (v) requerimientos operativos (servicios básicos requeridos, conectividad y accesos, condiciones de operación y, cuando corresponde, equipamiento obligatorio).

Sección 1. Acceso a Puertos

1.1 Litoral del Desierto de Capricornio (Desierto Costero de Atacama)	
Territorio	Chile.
Duración base	4 días / 3 noches (pernocte en Iquique, Mejillones y Antofagasta, según itinerario tentativo).
Concepto del circuito	Circuito de acceso a puertos que recorre el litoral costero del Corredor Bioceánico de Capricornio que conecta los nodos urbanos y portuarios de Iquique y Antofagasta mediante la Ruta 1, articulando ciudades costeras, caletas, playas, paisajes del Desierto Costero de Atacama y experiencias de observación de fauna marina y aves. Se vincula con el Corredor Bioceánico de Capricornio mediante conexiones hacia la Ruta 5 y otros ejes de conectividad regional.
Cobertura territorial	2 Regiones (Tarapacá y Antofagasta); 3 Provincias (Iquique, Tocopilla y Antofagasta); Comunas de Iquique, Tocopilla, Mejillones y Antofagasta.
Destinos y localidades involucradas	Iquique y Antofagasta (centros urbanos que actúan como nodo crítico de servicios, puntos de enlace y logística, y como Centros Turísticos de Estadía y Distribución de las corrientes turísticas, con planta de alojamiento y servicios turísticos desarrollado); Mejillones (Centro Turístico de Excursión o nodo de escala recreativa).
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 1 y Ruta 5 (esta última integrante del Corredor Bioceánico); recorrido litoral con cruce del Río Loa entre las regiones de Tarapacá y Antofagasta.
Atractivos ancla	Sol y playa; Turismo de compra en la ZOFRI; Ruta 1 Ruta Escénica Costera. (Paisaje del Desierto Costero de Atacama y Cordillera de la Costa). Fauna marina y avifauna costera.

Sección 2. Pasos Andinos

2.1 Ruta Patrimonial y Oasis del Tamarugal - "De las Caravanas Ancestrales al Oasis de la Pampa"	
Territorio	Chile.
Duración base	2 días / 1 noche.
Concepto del circuito	Circuito turístico-cultural que interpreta el Tamarugal como territorio histórico de conexión entre la costa del Pacífico, los oasis, la Pampa del Tamarugal y los espacios andinos. El recorrido vincula las antiguas rutas caravaneras y el intercambio entre pueblos originarios con la transformación del territorio durante el ciclo salitrero, la agricultura de oasis, la religiosidad popular y las nuevas experiencias de naturaleza y astroturismo.
Cobertura territorial	Región de Tarapacá; Provincia del Tamarugal; comunas de Pozo Almonte y Pica.
Destinos y localidades involucradas	Pozo Almonte, La Tirana y Oasis de Pica.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 5 y rutas A-665 y A-685; combinación de patrimonio salitrero, religiosidad popular, agroturismo de cítricos,patrimonio arqueológico, patrimonio vitivinícola del desierto y ecosistemas de la Pampa del Tamarugal.
Atractivos ancla	Ex oficinas salitreras Humberstone y Santa Laura (sitio Patrimonio Mundial de la UNESCO); La Tirana, capital de la devoción popular; Pica, "el jardín del desierto" y primer Pueblo Starlight de América Latina; Reserva Nacional Pampa del Tamarugal; Fiesta Virgen de La Tirana; Geoglifos de Pintados.

2.2 Patrimonio Vivo Aymara	
Territorio	Chile.
Duración base	6 días / 5 noches.
Concepto del circuito	Circuito turístico de montaña que articula la Ruta 15-CH con caminos secundarios hacia la precordillera y el altiplano de Tarapacá, conectando comunidades Aymara, paisajes volcánicos, bofedales, lagunas altoandinas, termas, patrimonio arquitectónico y ceremonial. El circuito pone en valor la continuidad de las formas de vida, conocimientos y expresiones culturales Aymara en un territorio de alta montaña.
Cobertura territorial	Regiones de Tarapacá y Arica; Provincia del Tamarugal; Comunas de Pozo Almonte, Huara, Camiña y Colchane.
Destinos y localidades involucradas	Huara, Chusmiza, Puchuldiza, Cariquima, Colchane, Enquelga, Isluga y Camiña, además de localidades y comunidades Aymara vinculadas al circuito.
Atributos que incluye	Patrimonio vivo Aymara en territorios de alta montaña, donde cultura, volcanismo, naturaleza y comunidades se integran en una experiencia auténtica de los Andes de Tarapacá
Atractivos ancla	Cultura viva Aymara; Parque Nacional Volcán Isluga.

2.3 Salar de Huasco - La Ruta del Flamenco Andino (GCFA)	
Territorio	Chile.
Duración base	1 día (excursión de jornada completa).
Concepto del circuito	Adentrarse en uno de los ecosistemas más frágiles de la Puna chilena para comprender su trascendencia como humedal de refugio, alimentación y nidificación de especies adaptadas a condiciones extremas, destacando como uno de los hábitats clave para la conservación de los flamencos altoandinos.
Cobertura territorial	Región de Tarapacá; Provincia del Tamarugal; Comuna de Pica. El circuito puede operar desde Iquique, Pozo Almonte o Pica según el destino de partida.
Destinos y localidades involucradas	Pozo Almonte, La Tirana, Matilla, Pica, Salar de Huasco.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 5 y rutas A-665 y A-685
Atractivos ancla	Salar de Huasco: Humedal de importancia internacional (Sitio Ramsar y Santuario de la Naturaleza) compuesto por un complejo sistema de lagunas salinas, bofedales y vegas altoandinas. Sitio crítico de alimentación, descanso y nidificación para tres especies de flamencos y diversa avifauna migratoria y endémica.

2.4 Termas de la Precordillera	
Territorio	Chile.
Duración base	2 días / 1 noche, con extensión opcional a Macaya.
Concepto del circuito	Ruta del bienestar termal, geocultura e identidad andino-pampeana en la precordillera del desierto de Atacama. El circuito combina el descanso y la desconexión en fuentes termales y barros curativos con el descubrimiento de la arquitectura en piedra toba rosada y la riqueza cultural de los pueblos originarios.
Cobertura territorial	Región de Tarapacá; Provincia del Tamarugal; Comuna de Pozo Almonte.
Destinos y localidades involucradas	Pozo Almonte, Mamiña (opcional: Macaya).
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 5 y Ruta A-65; opcionalmente Ruta A-629 hacia Macaya.
Atractivos ancla	Termas y barros chinos de Mamiña; Iglesia San Marcos de Mamiña; pukará y terrazas agrícolas prehispánicas.

2.5 Circuito Volcánico y Geotérmico	
Territorio	Chile.
Duración base	Modelo base de 1 día (jornada de madrugada a tarde); versión extendida de 2 días / 1 noche al integrarse con Toconce, Caspana y Calama.
Concepto del circuito	Experiencia de alta montaña que combina las bellezas altoandinas con las manifestaciones geotérmicas del desierto de Atacama.
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de San Pedro de Atacama. En su versión extendida, el circuito puede integrarse con las localidades de Toconce, Caspana y Calama.
Destinos y localidades involucradas	San Pedro de Atacama, Guatín, Termas de Puritama, Machuca y Géiseres del Tatio. En la versión extendida: Toconce, Caspana y Calama.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta B-245 (tramo asfaltado y camino consolidado y de ripio en las zonas de mayor altitud).
Atractivos ancla	Campo geotérmico Géiseres del Tatio; Termas de Puritama.

2.6 Ruta Ancestral y Minera del Alto Loa	
Territorio	Chile.
Duración base	3 días / 2 noches.
Concepto del circuito	Travesía patrimonial e histórica que une el contraste entre la minería a gran escala de Chuquicamata y el legado milenario del arte rupestre, la fe popular y la arquitectura tradicional de las comunidades atacameñas (lickanantay) a lo largo de la cuenca del río Loa.
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de Calama.
Destinos y localidades involucradas	San Francisco de Chiu Chiu, Valle de Lasana, Caspana.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 21-CH (pavimentada); Ruta B-165 / B-155, red secundaria que conecta Chiu Chiu con Ayquina, Turi y Caspana (camino consolidado, ripio y calamina); Ruta B-179 / huellas.
Atractivos ancla	Mina y campamento de Chuquicamata; Iglesia de San Francisco de Chiu Chiu; Pukará de Lasana; Santuario de la Virgen de Guadalupe; pinturas rupestres del cañón del Taira.

2.7 Pukará, Lagunas y Salares — Reserva Nacional de los Flamencos	
Territorio	Chile.
Duración base	1 día.
Concepto del circuito	Ecoturismo de extrema altura, salares y lagunas altiplánicas, con observación de avifauna, recorriendo uno de los ecosistemas más importantes del desierto de Atacama.
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de San Pedro de Atacama.
Destinos y localidades involucradas	San Pedro de Atacama, Socaire, Toconao.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 23-CH (pavimentada hasta la cordillera).
Atractivos ancla	Lagunas altiplánicas: Laguna Chaxa, Laguna Miscanti y Miñiques, Piedras Rojas (Salar de Talar).

2.8 Valle de la Luna y Desierto Precordillerano	
Territorio	Chile.
Duración base	1 día.
Concepto del circuito	Geomorfología extrema, paisajes desérticos y arqueología del oasis de Atacama.
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de San Pedro de Atacama.
Destinos y localidades involucradas	San Pedro de Atacama, Pukará de Quitor, Tulor, Cordillera de la Sal, Valle de la Luna, Valle de Marte/Dinosaurios.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 23-CH, Ruta B-241 y caminos locales vecinales.
Atractivos ancla	Valle de la Luna (Reserva Nacional Los Flamencos); Pukará de Quitor.

2.9 Ruta de los Volcanes y Salares Ollagüe–Uyuni — "Del volcán al salar: un viaje al corazón del altiplano andino"	
Territorio	Chile y Bolivia, con extensión opcional a Argentina.
Duración base	7 días / 6 noches (circuito base Calama–Uyuni–Calama); 9 días / 8 noches en la opción de extensión al norte argentino vía Quebrada de Humahuaca.
Concepto del circuito	Turismo de aventura binacional (y con extensión trinacional) que conecta paisajes extremos, culturas altoandinas chilenas y bolivianas, atravesando volcanes, salares, lagunas y bofedales y comunidades indígenas. La experiencia integra geoturismo, biodiversidad, astroturismo, patrimonio ferroviario y cultura atacameña/quechua, con el Salar de Uyuni como hito culminante.
Cobertura territorial	Chile (Región de Antofagasta, Provincia de El Loa) y Bolivia (Departamento de Potosí, provincias Daniel Campos y Nor Lípez), con extensión opcional a Argentina (Provincia de Jujuy, Quebrada de Humahuaca).
Destinos y localidades involucradas	Chile: Calama, Chiu Chiu, Ollagüe, Reserva Nacional Alto Loa, complejo de volcanes Ollagüe-Aucanquilcha. Bolivia: pueblo de Uyuni. Extensión Argentina: La Quiaca, Tilcara, Maimará, Purmamarca, Tumbaya, Volcán, Salinas Grandes.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 21 en Chile (Calama–Chiu Chiu–Ollagüe) y Ruta 5 en Bolivia (Uyuni–Ollagüe); paso fronterizo terrestre Chile-Bolivia; extensión con paso fronterizo hacia Argentina (Villazón–La Quiaca).
Atractivos ancla	Salar de Uyuni; complejo volcánico Ollagüe-Aucanquilcha; Salar de Ascotán; Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa; comunidad andina de Ollagüe.

2.10 Aventura y Travesía Altiplánica Transandina	
Territorio	Argentina, Bolivia y Chile.
Duración base	4 días / 3 noches.
Concepto del circuito	Travesía de alta montaña en ruta 4x4/mototurismo extremo que conecta los salares, volcanes, cañones y sistemas de lagunas altoandinas más espectaculares de Argentina, Bolivia y Chile, a través de la icónica Ruta Nacional 40 y los caminos altiplánicos del desierto de Atacama.
Cobertura territorial	Trinacional: Argentina (Jujuy: Susques, Rinconada, Abra Pampa, La Quiaca), Bolivia (Villazón, Tupiza, Atocha, Uyuni, San Agustín, San Pablo de Lípez) y Chile (San Pedro de Atacama).
Destinos y localidades involucradas	Susques, Monumento Natural Laguna de los Pozuelos, Abra Pampa, La Quiaca, Villazón, Tupiza, Uyuni (Salar de Uyuni), Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa y San Pedro de Atacama.
Atributos que incluye	Acceso por RN 52 (a Susques), RN 40 (Susques–Cusi Cusi–Pozuelos), RP 7 y RP 69 (Pozuelos–Abra Pampa) y RN 9 (Abra Pampa–La Quiaca) en Argentina; Ruta 14 (Villazón–Tupiza–Atocha–Uyuni) y huellas de ripio/arena (Uyuni–Reserva Eduardo Avaroa–Hito Cajón) en Bolivia; Ruta 27-CH (Paso Hito Cajón–San Pedro de Atacama) en Chile.
Atractivos ancla	Monumento Natural Laguna de los Pozuelos (humedal de importancia internacional, sitio RAMSAR a más de 3.600 msnm); Salar de Uyuni e Isla Incahuasi (el desierto de sal de mayor superficie del mundo); Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa (sistema de lagunas de colores —Laguna Colorada, Laguna Verde— y campo geotérmico); desierto de Atacama en San Pedro de Atacama (Valle de la Luna, Valle de Marte y entorno volcánico del Licancabur).

Secciones 2 y 3. Circuitos de integración

3.1 Ruta de los Cielos Jujeños — Senderos Starlight	
Territorio	Argentina.
Duración base	2 días / 1 noche.
Concepto del circuito	Experiencia de astroturismo: recorrido nocturno por Salinas Grandes para la observación del cielo estrellado, acompañado por guías de comunidades originarias que interpretan la cosmovisión andina y el patrimonio astronómico del territorio. La actividad incluye la visita a un pequeño centro de interpretación astronómica, con observación mediante telescopios, y la convivencia comunitaria con la cultura de las comunidades collas.
Cobertura territorial	Salinas Grandes y alrededores, Provincia de Jujuy; incluye visita a Barrancas y Purmamarca, con posible desvío hacia la Ruta 40.
Destinos y localidades involucradas	Salinas Grandes, Barrancas (Abdón Castro Tolay), Purmamarca.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta Nacional 52 y Ruta Provincial 75.
Atractivos ancla	"RN 52 Sendero Starlight"; turismo rural comunitario de la etnia colla, que desarrolla actividad turística en Salinas Grandes y sus alrededores.

3.2 Travesía trans-puneña argentina, con ensamble a la Ruta de los Vinos de Altura	
Territorio	Argentina.
Duración base	6 días / 5 noches.
Concepto del circuito	Travesía de la mítica Ruta 40 hacia el sur que integra, por un lado, la puna salteña con sus bellezas altoandinas, la inmersión en salares colosales y el reconocimiento de fenómenos microbiológicos y geoformas diversas, y por otro, el descenso de la Ruta 40 hacia los valles más fértiles de la región, integrando la Ruta de los Vinos de Altura que convirtió a los Valles Calchaquíes en una zona vitivinícola premium. Ambas propuestas confluyen finalmente en territorio catamarqueño, conformando una alternativa turística de excepción.
Cobertura territorial	Provincias de Salta y Catamarca; departamentos de Los Andes, Antofagasta de la Sierra, Santa María y Belén; municipios de San Antonio de los Cobres, Tolar Grande, Antofagasta de la Sierra, San José, Hualfín y Santa María. El circuito opera además con subcircuitos u opciones según las necesidades de los turistas.
Destinos y localidades involucradas	San Antonio de los Cobres, Tolar Grande, Antofagasta de la Sierra, El Peñón, Cachi, Molinos, Cafayate, con retorno al corredor bioceánico.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta Nacional 40, Ruta Provincial 27, Ruta Provincial 163, huellas, Ruta 44, Ruta 45 y Ruta 43.
Atractivos ancla	San Antonio de los Cobres; Tolar Grande; Viaducto La Polvorilla; camino de las Siete Curvas; Desierto del Diablo; Cono de Arita; lagunas altoandinas; Abra del Acay; Valles Calchaquíes y sus pueblos testimoniales, desde Cachi hasta Cafayate.

Sección 3. Conurbación NOA Norte

4.1 Quebrada de Humahuaca y Serranía del Hornocal	
Territorio	Argentina.
Duración base	Núcleo base: 1 día (Humahuaca con Hornocal). Con la opción Humahuaca–Iruya: +2 días. Con la opción La Quiaca, Yavi y Nazareno: +2 días adicionales (día 2 y día 3).
Concepto del circuito	Travesía cultural y paisajística a través de un corredor multicultural, Patrimonio Mundial de la Humanidad (UNESCO), que integra arqueología, geología de alta montaña y las tradiciones ancestrales de los omaguacas.
Cobertura territorial	Provincia de Jujuy; departamentos Dr. Manuel Belgrano, Tumbaya, Tilcara, Humahuaca, Cochinoca y Yavi; municipios/comisiones municipales de Yala, Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Uquía, Humahuaca, Tres Cruces, Abra Pampa, Puesto del Marqués y La Quiaca.
Destinos y localidades involucradas	San Salvador de Jujuy, Purmamarca, Tilcara, Humahuaca, Mirador del Hornocal. En las opciones: Iturbe, Abra del Cóndor, Iruya; y La Quiaca, Yavi, Nazareno.
Atributos que incluye	Acceso por RN 9 (eje longitudinal), RN 52 (acceso a Purmamarca), RP 73 (acceso al Hornocal) y RP 13/133 (acceso a Iruya).
Atractivos ancla	Tren solar de la Quebrada; Cerro de Siete Colores; Pucará de Tilcara; pueblos testimoniales (Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Uquía, La Quiaca); Serranías del Hornocal (cerro de 14 colores); Iruya.

4.1.a Trekking de Alta Montaña Nazareno–Iruya	
Territorio	Sub-producto de 4.1.
Duración base	5 días / 4 noches.
Concepto del circuito	Producto de turismo de aventura extrema que conecta a pie las localidades de Nazareno e Iruya, en la Puna y los valles altos de Jujuy, combinando turismo de naturaleza y turismo rural comunitario.

4.1.b Travesía en Moto La Quiaca – Santa Victoria Oeste – Los Toldos – Parque Nacional Baritú	
Territorio	Sub-producto de 4.1.
Duración base	4 días / 3 noches.
Concepto del circuito	Travesía motoquera que conecta la Puna jujeña con la Selva de Yungas del Parque Nacional Baritú, integrando cambios abruptos de piso ecológico.

4.2 Valles Calchaquíes, con opciones de Aventura, Naturaleza y Enoturismo	
Territorio	Argentina.
Duración base	4 días / 3 noches (circuito base); con extensión "Producto de Agua y Aventura" que suma el Dique Cabra Corral, la duración se extiende a 5 días / 4 noches.
Concepto del circuito	Circuito turístico escénico, cultural y de aventura que combina la alta montaña, las tradiciones artesanales ancestrales, el enoturismo de altura y el turismo activo en espeleología y espejos de agua.
Cobertura territorial	Provincia de Salta; comunas/departamentos Capital, Chicoana, Cachi, La Poma, Seclantás, Molinos, San Carlos, Cafayate y Coronel Moldes.
Destinos y localidades involucradas	Salta, Chicoana, Cachi, La Poma (Caverna Puente del Diablo), Seclantás (Camino de los Artesanos), Molinos, San Carlos, Animaná, Cafayate y Dique Cabra Corral.
Atributos que incluye	Ruta Escénica Nacional 68, Ruta Provincial 33, Ruta Nacional 40 y Ruta Provincial 55 camino de los artesanos. Identidad vitivinícola y pueblos testimonios
Atractivos ancla	Rutas escénicas (Cuesta del Obispo y Recta de Tin-Tin; Ruta 40, tramo Quebrada de las Flechas; Ruta 68, Quebrada de las Conchas); Ruta de los Vinos de Altura y pueblos testimoniales como Cachi, Molinos y Cafayate; Dique Cabra Corral (paisaje y centro de deportes de aventura).

4.3 Ruta de los Diques y Selvas de Montaña (circuito integrado Salta–Jujuy)	
Territorio	Argentina.
Duración base	3 días / 2 noches (circuito base); con la extensión "Producto de Agua y Aventura" que suma el Dique Cabra Corral, la duración se extiende a 5 días.
Concepto del circuito	Recorrido geoturístico y cultural de inmersión en la ecorregión de las Yungas y los valles templados del norte argentino, que conecta diques, embalses, microclimas fluviales, termalismo y tradiciones locales a través de rutas escénicas de bajo impacto ambiental y alta diversidad biológica.
Cobertura territorial	Municipios de Villa San Lorenzo, Vaqueros y La Caldera (Salta); El Carmen, San Antonio y Yala (Jujuy).
Destinos y localidades involucradas	San Lorenzo, Vaqueros, La Caldera, El Carmen, San Antonio, Yala, Lozano y Termas de Reyes.
Atributos que incluye	Acceso por RN 9, RP 28 y RP 11 (Salta); RP 42, RP 48 y RP 4 (Jujuy).
Atractivos ancla	Reserva Natural Municipal Quebrada de San Lorenzo (Yungas salteñas); Reserva Privada El Huayco; Camino de Cornisa de la RN 9 (corredor verde entre Salta y Jujuy); complejo de embalses La Ciénaga y Las Maderas (El Carmen); Parque Provincial Potrero de Yala y Laguna de Yala (Jujuy); fuentes termales de Reyes (complejo termal y paisajes de quebrada).

4.4 Travesías en el Ramal por las yungas jujeñas	
Territorio	Argentina.
Duración base	3 días / 2 noches.
Concepto del circuito	Experiencia de inmersión en la biodiversidad de las Yungas jujeñas, la producción agropecuaria de los valles subtropicales y la riqueza termal e histórica del pedemonte oriental.
Cobertura territorial	Municipios Libertador General San Martín, Palma Sola y Santa Clara.
Destinos y localidades involucradas	Libertador General San Martín, Caimancito, Palma Sola, El Fuerte, Santa Clara.
Atributos que incluye	Acceso por RN 34, RP 1, RP 6 y RP 84.
Atractivos ancla	Parque Nacional Calilegua, Termas de Caimancito; Reserva Provincial Las Lancitas

4.5 Ruta de las Yungas y las Aguas Termales	
Territorio	Argentina.
Duración base	3 días / 2 noches.
Concepto del circuito	Recorrido integral que combina la biodiversidad intacta de la Yunga salteña, la riqueza termal curativa y la cultura de las ciudades históricas del sur de la provincia, conectadas por el eje vial de la Ruta Nacional 9/34.
Cobertura territorial	Comunas de General Güemes, San José de Metán, Rosario de la Frontera y El Galpón.
Destinos y localidades involucradas	General Güemes, Metán, Rosario de la Frontera, El Galpón, Parque Nacional El Rey y Dique El Tunal.
Atributos que incluye	Acceso por RN 34 (conexión Güemes/Metán–Rosario de la Frontera, con empalme hacia El Galpón); Ruta Provincial 20 (acceso al Parque Nacional El Rey); Ruta Provincial 16 (conexión hacia El Galpón y el Dique El Tunal).
Atractivos ancla	Parque Nacional El Rey (reserva biológica fundamental de las Yungas y de transición al chaco serrano); Termas de Rosario de la Frontera (centro termal más antiguo e importante de la región, reconocido por sus nueve aguas curativas de diversas temperaturas); Dique El Tunal (espejo de agua de referencia para la pesca deportiva —dorado y tararira— y los deportes náuticos).

4.6 Yungas Australes: Naturaleza, Espiritualidad y Cultura Guaraní	
Territorio	Argentina.
Duración base	2 días / 1 noche.
Concepto del circuito	Circuito de turismo de naturaleza y turismo comunitario que invita a descubrir las Yungas salteñas a través de experiencias de senderismo, interpretación ambiental, gastronomía sostenible, patrimonio religioso y encuentros con la cultura viva de la etnia aba-guaraní, promoviendo un turismo responsable y de base comunitaria.
Cobertura territorial	Municipios de Aguaray, Tartagal y General Enrique Mosconi.
Destinos y localidades involucradas	Aguaray, Tartagal, General Enrique Mosconi.
Atributos que incluye	Acceso por RN 34, RP 86 y RP 142 (vincula Campamento Vespucio con la Reserva Provincial Acambuco, corriendo paralela a la Ruta 34 pero por la selva).
Atractivos ancla	Experiencia de turismo rural comunitario con la comunidad aba-guaraní; senderismo en la selva; cascada de Capiazuti; fotografía de naturaleza; observación de aves; experiencia inclusiva de interpretación ambiental.

9.4.2. Categoría B. Rutas de experiencias temáticas

A continuación se presenta un resumen de cada una de las rutas de experiencias temáticas de la Categoría B. Para cada ruta se consignan su territorio, su duración base, el concepto del circuito, la motivación principal de viaje, el estado de desarrollo, el tramo del Corredor al que pertenece, el país, la provincia o región, los destinos y localidades involucradas, los atributos que incluye, los atractivos ancla, los perfiles de mercado y las actividades principales.

El desarrollo completo de cada ruta se encuentra en las fichas del Anexo IV, que comprenden: (i) identificación del circuito (nombre, mapa de referencia, concepto del circuito, motivación principal de viaje, estado de desarrollo, tramo del Corredor al que pertenece, país y provincia o región); (ii) caracterización general (duración tentativa, temporalidad recomendada y cobertura territorial); (iii) destinos, atractivos y experiencias (destinos y localidades involucradas, atributos que incluye, atractivos ancla, atractivos complementarios y experiencias clave del circuito); (iv) itinerario base (descripción sintética del recorrido día por día, potenciales puntos de parada y pernocte, y actividades principales); (v) requerimientos operativos (servicios básicos requeridos, conectividad y accesos, condiciones de operación y equipamiento obligatorio); (vi) mercado objetivo (perfiles de mercado, mercado geográfico prioritario, nivel de gasto esperado y modalidades de comercialización); (vii) gobernanza y actores (actores públicos y privados involucrados, organizaciones comunitarias, instituciones académicas y de apoyo, y modelo de gobernanza propuesto); y (viii) oportunidades y acciones prioritarias (principales oportunidades de desarrollo, brechas identificadas, acciones prioritarias para su implementación y proyectos complementarios requeridos).

B.1 Ruta Binacional de los Cielos Andinos	
Territorio	Chile y Argentina.
Duración base	9 días / 8 noches.
Concepto del circuito	Circuito turístico binacional que integra los principales destinos de observación astronómica del norte de Chile y del norte argentino, combinando ciencia, patrimonio cultural andino, astronomía ancestral, paisajes de altura y experiencias de observación del cielo nocturno bajo algunos de los cielos más limpios del planeta.
Motivación principal de viaje	Vivir una expedición transfronteriza que conecta las dos formas más profundas que ha desarrollado la humanidad para observar los cielos nocturnos y leer el universo: por un lado, a través de la ciencia y la tecnología; por otro, a través de la astronomía ancestral y viva. Incluye la visita a los centros astronómicos más importantes del mundo, el aprendizaje de la cosmovisión de los pueblos andinos y actividades de turismo de naturaleza y aventura.
Estado de desarrollo	En desarrollo. (Existen ofertas promocionadas desde cada región, pero aún no articuladas en un circuito integrado.)
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC (Norte de Chile y Norte Argentino).
País	Chile y Argentina.

B.1 Ruta Binacional de los Cielos Andinos	
Provincia / Región	Chile: Región de Tarapacá (Comuna de San Andrés de Pica), Región de Antofagasta (comunas de San Pedro de Atacama y Taltal). Argentina: Provincia de Jujuy (municipios de Susques y Purmamarca) y Provincia de Salta (Tren Solar, Cachi, Cafayate — Valles Calchaquíes).
Destinos y localidades involucradas	Norte de Chile: San Andres de Pica, San Pedro de Atacama y Antofagasta. Norte argentino: Purmamarca, Tilcara, Susques, Cachi, Cafayate, Salta.
Atributos que incluye	Atmósfera transparente y ventaja topográfica: con más de 2.500 msnm de altitud promedio y bajísimos índices de humedad, la atmósfera reduce al mínimo la distorsión óptica, con baja contaminación lumínica y cielos diáfanos más de 299 días al año. Ecosistema de certificación Starlight: Pica como cuarto pueblo Starlight del mundo, la "Ruta de los Cielos Jujeños" en la provincia de Jujuy, y los observatorios astronómicos de San Pedro de Atacama y Taltal, de interés mundial, otorgan al circuito un sello de calidad internacional garantizado en protección del cielo nocturno y divulgación científica. Patrimonio intangible vivo: la supervivencia de saberes ancestrales, la transmisión intergeneracional y la vigencia de una cosmogonía y cosmovisión de los cielos andinos, presentes en experiencias de astroturismo.
Atractivos ancla	Oasis de Pica (Best Tourism Village, certificación Starlight); Observatorio Paranal; ALMA; Extremely Large Telescope (ELT); Astronomy Chile Industry Day; Ruta de los Cielos – Sendero Starlight (RN 52); Tren Solar de la Quebrada; Cielos Calchaquíes; Sendero de los Planetas.
Perfiles de mercado	El circuito aborda una demanda especializada de alto valor agregado, interesada en la ciencia, la naturaleza y las manifestaciones culturales autóctonas: astroturistas y aficionados a la astronomía (buscadores de cielos oscuros calificados —dark sky seekers— que priorizan la calidad atmosférica y el uso de instrumental óptico); fotógrafos y astro fotógrafos (que buscan capturar el contraste de los relieves andinos —volcanes, salares, quebradas, cardones— bajo la Vía Láctea); turistas de ciencia y educación (estudiantes, docentes, miembros de clubes de astronomía y académicos orientados a conocer los proyectos científicos y la arqueoastronomía); turismo premium y de naturaleza exclusiva (viajeros de alto nivel socioeconómico que demandan experiencias personalizadas, alojamientos confortables y guías privados en entornos naturales remotos); viajeros culturales y familias (público motivado por el cruce entre la astronomía científica y la cosmovisión del mundo andino, arqueoastronomía y etnografía).
Actividades principales	Visitas guiadas a observatorios científicos de referencia mundial (ALMA, Paranal, ELT); observación astronómica nocturna y astrofotografía en distintos nodos del recorrido; interpretación de cosmovisión y constelaciones andinas; recorrido en el Tren Solar de la Quebrada; trekking astronómico-educativo en el Sendero de los Planetas; cruce fronterizo Chile-Argentina por el Paso de Jama.

B.2 Ruta Histórica: Por las Sendas del Oro Blanco: Arrieros, Salitre y Patrimonio Binacional	
Territorio	Argentina y Chile.
Duración base	8 días / 7 noches.
Concepto del circuito	Circuito turístico patrimonial binacional que recorre el antiguo corredor utilizado por los arrieros salteños para abastecer de ganado y productos derivados a los centros mineros y oficinas salitreras del norte de Chile durante el auge del salitre (1870-1930). El recorrido integra patrimonio indígena, cultura arriera, infraestructura ferroviaria, paisaje andino, patrimonio industrial y puertos históricos, poniendo en valor uno de los principales corredores históricos de integración entre Argentina y Chile.

B.2 Ruta Histórica: Por las Sendas del Oro Blanco: Arrieros, Salitre y Patrimonio Binacional	
Motivación principal de viaje	Turismo cultural, histórico y patrimonial profundo, orientado a conocer la historia compartida entre Argentina y Chile a través de las rutas de los arrieros, el intercambio de las comunidades andinas, el desarrollo ferroviario y la industria salitrera, complementado por la observación de algunos de los paisajes más extremos del continente.
Estado de desarrollo	Potencial: requiere articulación público-privada e involucramiento de instituciones educativas de ambos países, para la unificación de los antecedentes patrimoniales, la unificación del relato y la optimización de otros temas como los trámites fronterizos.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC mediante una conexión internacional circular (ingreso por Paso de Sico, retorno por Paso de Jama).
País	Argentina y Chile.
Provincia / Región	Argentina: Provincia de Salta (Valle de Lerma, Quebrada del Toro y Puna). Chile: Región de Antofagasta (Socaire, San Pedro de Atacama y Calama) y Región de Tarapacá (Provincia del Tamarugal, comuna de Pozo Almonte).
Destinos y localidades involucradas	Norte argentino: Salta capital, Campo Quijano, Santa Rosa de Tastil, San Antonio de los Cobres, Pocitos, Catua. Norte de Chile: Socaire, San Pedro de Atacama, Calama, Pozo Almonte (La Tirana, Pica, Matilla), ex oficinas Humberstone y Santa Laura, Iquique.
Atributos que incluye	Paisajes de alta montaña, salares altiplánicos, pueblos históricos de adobe, infraestructura ferroviaria monumental de montaña, pueblos fantasmas industriales y costa del Pacífico.
Atractivos ancla	En Salta: Ramal Ferroviario C-14 (Campo Quijano–Viaducto La Polvorilla) y el patrimonio de la arriería salteña. En Chile: ex oficinas salitreras Santiago Humberstone y Santa Laura (Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO).
Perfiles de mercado	Turistas culturales de nivel educativo alto (historiadores, geógrafos, fotógrafos, profesionales del patrimonio); viajeros activos de "soft adventure" interesados en rutas no convencionales e integración latinoamericana; segmento técnico-académico (viajes de estudio universitarios o de centros de investigación); segmento de turismo ferroviario internacional (Europa y Norteamérica); segmento de turismo de patrimonio industrial y arqueología industrial. Turismo limítrofe: El segmento educativo, es de gran importancia
Actividades principales	Recorrido del patrimonio de la arriería salteña y del Ramal Ferroviario C-14; cruce fronterizo binacional por Paso de Sico; observación de flora y fauna altoandina; interpretación del patrimonio ferroviario e industrial del salitre (FCAB, Baquedano, Humberstone, Santa Laura); recorrido del litoral costero del norte de Chile (La Portada, Mejillones, Iquique); cierre del circuito con retorno binacional por el Paso de Jama.

B.3 Ruta arqueológica: Qhapaq Ñan - Caravanas de Llamas - Gigante de Tarapacá	
Territorio	Chile y Argentina.
Duración base	9 días / 8 noches.
Concepto del circuito	Travesía arqueológica, histórica y antropológica que reconstruye las antiguas rutas del intercambio caravanero prehispánico, desde el océano hasta los valles argentinos, destacando el arte rupestre (geoglifos, petroglifos), las ruinas, los caminos, la presencia incaica de alta montaña y el desarrollo de las culturas agroalfareras tardías.

B.3 Ruta arqueológica: Qhapaq Ñan - Caravanas de Llamas - Gigante de Tarapacá	
Motivación principal de viaje	Interés por la historia y el patrimonio arqueológico prehispánico: arte rupestre, ruinas y construcciones en piedra o adobe, museos de sitio, y el pasado de los pueblos originarios atacameño, diaguita e inca.
Estado de desarrollo	En desarrollo: existen atractivos consolidados en ambos lados de la cordillera, pero la integración como producto turístico trasandino requiere articulación interinstitucional, comercial, promocional y de fronteras.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC mediante cruce internacional por el Paso de Jama.
País	Chile y Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Tarapacá (provincias de Iquique y del Tamarugal) y Región de Antofagasta (Calama, Ollagüe y San Pedro de Atacama). Argentina: Provincia de Salta (departamentos Capital, Chicoana, Guachipas, Rosario de Lerma, La Poma) y Provincia de Jujuy (departamentos Tumbaya, Tilcara, Humahuaca y Cochinoca).
Destinos y localidades involucradas	Chile: Iquique, Pozo Almonte (Pampa del Tamarugal y Pintados), San Pedro de Atacama (Quitor, Tulor, Peine, Socaire, Yerbas Buenas). Argentina: Salta capital, Guachipas, Santa Rosa de Tastil, Salinas Grandes, Barrancas, Tilcara, Humahuaca.
Atributos que incluye	Sitios declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO (Qhapaq Ñan, Quebrada de Humahuaca); arte rupestre a escala monumental (geoglifos); museología científica de nivel internacional: MAAM (centro de referencia global en tecnología de criopreservación, bioarqueología de alta montaña y preservación de ajuares incaicos), Museo Arqueológico Gustavo Le Paige/UCN en San Pedro de Atacama (centro de investigación universitaria especializada en el desierto de Atacama).
Atractivos ancla	En Chile: sitio arqueológico Geoglifos de Pintados (Reserva Nacional Pampa del Tamarugal, Iquique); Aldea de Tulor; Pukará de Quitor; petroglifos de Yerbas Buenas (San Pedro de Atacama). En Argentina: MAAM (Museo de Arqueología de Alta Montaña) en Salta; pinturas rupestres de Las Cuevas en Guachipas; ruinas arqueológicas de Santa Rosa de Tastil; en Jujuy, Las Barrancas (Abdón Castro Tolay) y el Pucará de Tilcara.
Perfiles de mercado	Turismo internacional: viajeros internacionales de larga distancia. Turismo de interés especial: grupos reducidos con marcado interés académico, arqueológico, histórico o fotográfico, orientados al aprendizaje. Mercado educativo: muy conveniente, siempre y cuando se diseñe con un enfoque pedagógico, adaptado a la altitud y estructurado por niveles o segmentos educativos. Educación Primaria y Secundaria (Colegios Públicos y Privados) Público: Estudiantes de entre 10 y 17 años Norte Argentino (Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán): Gran interés de instituciones privadas y técnicas en salidas de campo y "viajes de estudio" o de integración Norte Grande Chileno (Regiones de Tarapacá y Antofagasta - Iquique, Alto Hospicio, Calama, Antofagasta): Demanda creciente por viajes de estudio dentro del territorio nacional o fronterizo cercano que rescaten la identidad aymara y atacameña. *Enfoque educativo:* Geoglifos (Gigante de Tarapacá), adaptación al desierto, vialidad prehispánica (*Qhapaq Ñan*).

B.3 Ruta arqueológica: Qhapaq Ñan - Caravanas de Llamas - Gigante de Tarapacá	
Actividades principales	Caminatas guiadas e interpretativas por sitios arqueológicos y geoglifos gigantes; visitas a museos científicos y museos de sitio; fotografía especializada de pintura rupestre; encuentros con comunidades locales descendientes de culturas originarias. Turismo rural comunitario. Reconocimiento de cosmovisión andina e interpretación ambiental

B.4 Ruta Binacional de los Vinos de Altura, Sabores Andinos y Costeros	
Territorio	Argentina y Chile.
Duración base	9 días / 8 noches.
Concepto del circuito	Recorrido transfronterizo que conecta los viñedos y bodegas de extrema altura de los Valles Calchaquíes y la Puna con la viticultura heroica del desierto de Atacama, y la gastronomía marina del océano Pacífico con la cocina de origen de productos locales.
Motivación principal de viaje	Turismo enogastronómico de nicho, enfocado en el vino de terroir extremo de altura y de desierto, junto con una propuesta culinaria que fusiona ingredientes andinos con pescados y mariscos del Pacífico.
Estado de desarrollo	Potencial: existe el Corredor Bioceánico como eje de articulación y cuenta con pasos fronterizos operativos, pero requiere articulación de la oferta binacional integrada.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC mediante cruce internacional por el Paso de Jama.
País	Argentina y Chile.
Provincia / Región	Argentina: Provincia de Salta y Provincia de Jujuy. Chile: Región de Tarapacá (Mamiña, Pica, Iquique) y Región de Antofagasta (San Pedro de Atacama, Toconao).
Destinos y localidades involucradas	Norte argentino: Salta capital, Cafayate, Molinos, Cachi, Quebrada de Humahuaca (Purmamarca, Tilcara, Huacalera, Maimará). Norte chileno: San Pedro de Atacama, Toconao, oasis de Mamiña, Pica , Iquique, Antofagasta
Atributos que incluye	Paisajes de montaña y desierto; patrimonio cultural andino; vitivinicultura de altura y costera; gastronomía marina e ingredientes de origen.
Atractivos ancla	Bodegas y viñedos de la Ruta de los Vinos de Altura de los Valles Calchaquíes (Torrontés de altura, Malbec, Cabernet Sauvignon de altura, Tannat, Syrah, Merlot, Bonarda, Chardonnay); Bodegas y viñedos de altura de la Quebrada de Humahuaca (Syrah, Pinot Noir y Malbec); viñedos de Toconao (Chardonnay, Petit Verdot, Pinot Noir, Syrah y Malbec) y la cepa de abundancia el Tamarugal (cepa vinífera registrada 100% chilena) con la que se produce “Vino del Desierto” (Mamiña, Matilla, Macaya); gastronomía marina de la costa (pescados de roca, mariscos locales).
Perfiles de mercado	"Enoturistas premium" o viajeros gastronómicos de alto valor, que buscan no solo beber buen vino, sino vivir una experiencia completa con cocina de autor, paisajes, cultura y naturaleza; viajeros internacionales de larga distancia (Europa, Norteamérica, Brasil); mercado corporativo y de viajes de incentivos.
Actividades principales	Visitas y degustaciones en bodegas de altura de los Valles Calchaquíes, la Quebrada de Humahuaca y Toconao; cruce fronterizo binacional por el Paso de Jama; baños termales en Mamiña; degustación de la cepa Tamarugal en Pica/Canchones; circuito gastronómico marino y visita a caletas de pescadores en Iquique.

B.5 Las Ciudades Capitales del Corredor Bioceánico Oeste	
Territorio	Chile y Argentina.
Duración base	9 días / 8 noches.

B.5 Las Ciudades Capitales del Corredor Bioceánico Oeste	
Concepto del circuito	Viaje de turismo urbano-cultural y patrimonial que invita a valorar la identidad profunda de cuatro ciudades capitales e históricas del corredor oeste. El circuito explora la mística, la arquitectura y el relato social de los enclaves portuarios y salitreros del Pacífico, transitando hacia la profunda espiritualidad andina y colonial de los centros urbanos del norte argentino, con experiencias gastronómicas locales que complementan la inmersión cultural.
Motivación principal de viaje	Valoración del patrimonio arquitectónico, histórico e industrial urbano, descubrimiento de la mística, la memoria e la identidad de las ciudades del Corredor Bioceánico, y la contemplación de contrastes paisajísticos extremos (costa, desierto, alta montaña y valles húmedos y yungas)
Estado de desarrollo	Conceptual.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, denominada "de las Ciudades Puertos del Pacífico a las Ciudades Sagradas de los Andes", que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC.
País	Chile y Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Tarapacá (Iquique) y Región de Antofagasta (Antofagasta / San Pedro de Atacama). Argentina: Provincia de Salta (Salta / Valles Calchaquíes) y Provincia de Jujuy (San Salvador de Jujuy / Quebrada de Humahuaca).
Destinos y localidades involucradas	Chile: Iquique (Región de Tarapacá, ciudad portuaria con patrimonio arquitectónico y memoria de la industria salitrera); Humberstone y Santa Laura / Pozo Almonte (patrimonio industrial y memoria social del ciclo del salitre); Antofagasta (Región de Antofagasta, ciudad portuaria, ferroviaria e industrial, articulada con el desierto de Atacama); San Pedro de Atacama (nodo complementario y eventual punto de articulación con el corredor cordillerano hacia Argentina). Argentina: Salta capital, Provincia de Salta (centro histórico, arquitectura colonial, patrimonio religioso, gastronomía y puerta de entrada a los Valles Calchaquíes); Cachi / Molinos / Cafayate, según la variante seleccionada para los Valles Calchaquíes; San Salvador de Jujuy, Provincia de Jujuy (patrimonio histórico, arquitectura institucional y religiosa, y memoria de la Independencia); Purmamarca, Tilcara, Maimará y Humahuaca, principales localidades de la Quebrada de Humahuaca.
Atributos que incluye	El principal atributo diferenciador es la posibilidad de realizar, dentro de un único producto turístico binacional, una transición territorial, histórica y cultural excepcional: Pacífico / ciudades puerto / salitreras / desierto / cordillera / Puna / valles fértiles / ciudades coloniales / relictos de Yungas / Quebrada andina. Las ciudades cabecera del corredor bioceánico reúnen, por un lado, la mística portuaria y salitrera —memoria del esplendor salitrero, el misticismo del desierto de Atacama que besa el mar, la arquitectura de madera georgiana de Iquique y la influencia del hierro y la modernidad industrial de principios del siglo XX de Antofagasta— y, por otro, la mística colonial y andina: la espiritualidad de la piedra, el adobe y la fe sincrética; la herencia colonial española fusionada con la cosmovisión andina; el silencio profundo de las iglesias históricas y la escala humana de las plazas coloniales donde se detuvo el tiempo.

B.5 Las Ciudades Capitales del Corredor Bioceánico Oeste	
Atractivos ancla	Iquique: Paseo Baquedano (arquitectura histórica), la atmósfera mística de las oficinas salitreras cercanas y sus edificios modernos frente a las playas del Pacífico. Antofagasta: el Muelle Histórico, y la mística de sus cielos y entorno desértico que conecta con lo infinito del Pacífico. Salta: el casco histórico y neocolonial, la Catedral Basílica y el Convento de San Bernardo, y los corredores arquitectónicos de las calles España y Caseros, que custodian la mística neocolonial y el fervor religioso del norte. Jujuy: el rito andino de la Pachamama, la arquitectura del centro histórico y la cercanía a las cumbres sagradas que rodean la ciudad.
Perfiles de mercado	Turismo cultural y patrimonial de nivel medio-alto y alto (viajeros interesados en historia, arquitectura y patrimonio); turismo internacional especializado; turismo de intereses especializados (fotografía, arquitectura, arte, patrimonio industrial); turismo educativo y académico (universidades, institutos de investigación, programas de intercambio, colegios y escuelas); eventos vinculados al Corredor Bioceánico.
Actividades principales	Tours urbanos históricos y arquitectónicos; visitas a sitios UNESCO y museos arqueológicos de jerarquía; experiencias enogastronómicas y talleres con comunidades locales.

B.6 Turismo de Naturaleza y Aventura: Eco Travesía de los Contrastes Andinos: Biodiversidad y Aventura desde las Yungas al Altiplano y al Pacífico	
Territorio	Chile y Argentina.
Duración base	14 días / 13 noches (con opción de expedición trekking de alta montaña/selva de 6 días en la sección transandina o la opción de travesía 4x4 atravesando la selva).
Concepto del circuito	Corredor ecológico de naturaleza y aventura que conecta y pone en valor las áreas naturales protegidas del norte argentino y el norte chileno. El circuito se fundamenta en el reconocimiento activo de la biodiversidad y el drástico contraste de los ecosistemas: desde la densidad biológica de la selva de montaña y la adaptación extrema de la vida en las lagunas altoandinas, hasta los frágiles entornos del desierto de Atacama y la riqueza marina de la costa del Pacífico.
Motivación principal de viaje	Conexión profunda con la naturaleza a través de la exploración científica, la observación de avifauna y la aventura técnica consciente. El perfil busca una inmersión en áreas protegidas integradas, donde el trekking de montaña, las travesías 4x4 y las actividades náuticas se complementan con la interpretación ambiental, el monitoreo participativo de avifauna y el respeto por las comunidades locales y los hábitats frágiles.
Estado de desarrollo	Potencial: existen ofertas operativas por separado en cada territorio subnacional, pero como producto turístico binacional integrado requiere articulación pública-privada y facilitación fronteriza..
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones costeras, altiplánicas y subandinas del Corredor Bioceánico (Secciones 1, 2 y 3).
País	Chile y Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Antofagasta y Región de Tarapacá. Argentina: provincia de Salta y provincia de Jujuy.
Destinos y localidades involucradas	Iquique, Pozo Almonte, Tocopilla, Pica, Calama, San Pedro de Atacama (Chile); Susques, Salinas Grandes, Purmamarca, Tilcara, Humahuaca, Abra Pampa, Caspalá, San Francisco, Libertador General San Martín, Salta Capital y Cachi (Argentina).

B.6 Turismo de Naturaleza y Aventura: Eco Travesía de los Contrastes Andinos: Biodiversidad y Aventura desde las Yungas al Altiplano y al Pacífico	
Atributos que incluye	Áreas Protegidas Nacionales y Provinciales, Parques Nacionales, Reservas de Biosfera, Sitios RAMSAR, avifauna endémica y amenazada, ecosistemas de gradiente altitudinal extremo
Atractivos ancla	Lagunas altoandinas integradas a la Red de Conservación del Flamenco Andino; Parque Nacional Volcán Isluga; Parque Nacional Salar de Huasco, Reserva Nacional Los Flamencos: Salar de Atacama / Laguna Chaxa, Lagunas Miscanti y Miñiques Monumento Natural Laguna de los Pozuelos (sitio RAMSAR); Laguna de Vilama Sitio RAMSAR.Laguna del Toro, Reserva de Biósfera de las Yungas; Quebrada de Humahuaca (Patrimonio Mundial de la UNESCO). Santuario del Agua de Salinas Grandes.
Perfiles de mercado	Naturalista y ecoturista: viajeros interesados en conocer la biodiversidad del corredor, sentir los contrastes ambientales del sector y reconocer la botánica de transición altitudinal. Birdwatcher especializado: viajeros de nicho interesados en listas de vida de avifauna endémica del altiplano, la Puna y el ambiente costero, y de mamíferos marinos. Aventurero consciente: senderistas de fondo con buena condición física, que buscan travesías auténticas y poco masificadas, sin descuidar el impacto ambiental. Viajero científico/educativo: académicos, biólogos, fotógrafos de naturaleza y conservacionistas vinculados a las agendas de la Red RAMSAR o del GCFA.
Actividades principales	● Ecoturismo e interpretación ecosistémica: observación de flora/fauna endémica, conteo y registro de avifauna acuática (Grupo de Conservación de Flamencos Andinos, GCFA) en sitios RAMSAR (Salar de Huasco, Laguna Chaxa, Laguna de los Pozuelos). Monitoreo Participativo de Ciencia Ciudadana Actividad diferenciadora del circuito que integra turismo de naturaleza, educación ambiental y conservación, transformando al visitante en colaborador activo mediante el registro digital de especies de flora y fauna observadas en plataformas como eBird. ● Navegación y avistamiento marino: búsqueda de cetáceos, delfines y avifauna marina en la bahía de Mejillones (especies asociadas a la Corriente de Humboldt). ● Aventura y senderismo de gradiente: trekking de alta exigencia y largo recorrido de la Puna a las Yungas (o travesía 4x4 técnica), senderismo interpretativo en parques nacionales (Isluga, Calilegua, Los Cardones). ● Geoturismo: visita a campos geotérmicos (Géiseres del Tatio) y observación de fenómenos geológicos (Cuesta del Obispo, Valle de la Luna, Recta Tin Tin). ● Turismo comunitario y gastronomía: inmersión en comunidades originarias (Salinas Grandes, Caspalá, Huara Huasy).

10. Hoja de Ruta y Próximos Pasos

10.1. Fortalecimiento de la gobernanza turística del CBC

El análisis de los circuitos y rutas binacionales que se desarrolla en el capítulo 9 identifica un conjunto de oportunidades y de brechas transversales que ningún producto puede resolver de manera individual y que remiten, en última instancia, a una misma necesidad: articular de forma sostenida capacidades, actores y recursos que hoy operan de manera dispersa. Sobre esa base, y sin proponer partir de cero ni duplicar las instancias ya constituidas en el corredor, se desarrolla a continuación la propuesta de gobernanza turística del Corredor Bioceánico de Capricornio.

10.1.1. Punto de partida: la organización institucional existente

El Corredor Bioceánico de Capricornio cuenta con una arquitectura de gobernanza propia, construida progresivamente desde 2017, que este modelo no busca reemplazar sino activar y capitalizar en su dimensión turística.

En el nivel **subnacional**, el Foro de los Territorios Subnacionales del CBC reúne a los ocho territorios que integran el corredor —incluidos los cuatro territorios de estudio— mediante foros anuales presenciales, cuya sede rota entre los territorios miembros bajo una Presidencia Pro Tempore también rotativa. Cada edición se organiza en Comisiones de Trabajo temáticas —entre ellas **Turismo y Cultura**—, cada una con su propia acta de acuerdos, e incluye una Cumbre de Gobernadores para las decisiones políticas de mayor nivel y una Rueda de Negocios que conecta empresas de los cuatro países.

El territorio que ejerce la Presidencia Pro Tempore organiza, además, **Pre-foros temáticos** en distintas localidades de su propio territorio en el período previo al Foro, permitiendo que la preparación de cada eje —incluido turismo— se aloje en la localidad de mayor pertinencia y amplíe la apropiación social del proceso más allá de la ciudad capital.

En el nivel **nacional**, existe en paralelo un Grupo de Trabajo de las Cancillerías de los países del corredor, organizado en mesas técnicas —entre ellas una Mesa de Turismo propia—, distinto del Foro subnacional. La articulación formal entre ambas instancias está reconocida como necesaria en la agenda política del corredor, aunque no resuelta de forma permanente. A esto se suma el antecedente más antiguo, el Comité de Integración NOA–Norte Grande, que reúne exclusivamente a las provincias y regiones argentinas y chilenas del corredor.

Los municipios, por su parte, cuentan con una Asociación de Municipios del CBC que les da representación propia frente a los niveles provincial/regional y nacionales.

En este esquema se advierte un esfuerzo muy relevante de maduración institucional: de reuniones anuales aisladas se pasó a un esquema con puntos focales por territorio, reuniones virtuales de seguimiento entre ediciones y reporte periódico a una Comisión Ejecutiva. La agenda y la convocatoria están así consolidadas, y es sobre esa base que se apoya la

propuesta de este Informe. El desafío que se abre ahora es mayor ya que implicaría llevar adelante los proyectos que surgen de la Cartera, la validación territorial de los circuitos y la construcción de productos binacionales con el sector privado configuran una agenda de trabajo continuo.

10.1.2. Propuesta de fortalecimiento de la Mesa de Turismo del CBC

Se propone fortalecer la Mesa de Turismo del CBC mediante una estructura de dos niveles, apoyada en la arquitectura que el Foro ya tiene en funcionamiento: presidencia pro tempore, reuniones virtuales y encuentros presenciales coincidentes con los Pre-Foros y Foros. La Mesa de Turismo es la porción de la Comisión de Turismo y Cultura del Foro que corresponde a los cuatro territorios del área de estudio, y conserva el nivel de conducción política: le compete definir prioridades, validar la agenda de trabajo, promover los acuerdos necesarios y orientar las acciones estratégicas. Como soporte permanente de ese nivel se propone constituir una **Mesa Técnica de Gestión de la Agenda Turística**, que no constituye una instancia nueva ni paralela sino el mecanismo operativo de la propia Mesa, orientado a asegurar la continuidad del trabajo y en especial a realizar el trabajo técnico dentro de cada territorio con el objetivo de avanzar en la agenda de proyectos que surgen de la Cartera.

La Mesa Técnica estaría integrada por referentes técnicos de los organismos de turismo y de fomento de los cuatro territorios, designados procurando garantizar continuidad (con un nombramiento inicial de 24 meses), capacidad técnica y un adecuado nivel de decisión. Su dimensión sería flexible, apoyándose en los equipos existentes y recurriendo a asistencia técnica específica cuando resulte necesario.

Sus funciones comprenderán la preparación técnica de los acuerdos que la Mesa debe resolver, la sistematización de información, la actualización de las fichas de proyectos y circuitos, la validación de las propuestas y circuitos, la elaboración de documentos técnicos y propuestas y la articulación entre los organismos involucrados. Tendría también a su cargo facilitar la vinculación con la academia, el sector privado y con las organizaciones comunitarias y territoriales a lo largo de todas las etapas de los circuitos y proyectos desde el diseño y la validación hasta la implementación y la comercialización: con las cámaras y asociaciones empresariales, para identificar capacidades y oportunidades comerciales; y con las organizaciones comunitarias y de pueblos originarios, cuando las iniciativas involucran sus territorios, patrimonio, conocimientos o actividades turísticas.

Cómo se organizaría el seguimiento

El instrumento central de su funcionamiento sería un tablero de compromisos que registre, para cada iniciativa de la Hoja de Ruta, las acciones previstas, los responsables, las fechas comprometidas y el estado de avance. Su propósito es que todo el trabajo técnico y operativo que no requiere definición política previa —compilar información, preparar borradores, actualizar la Plataforma Digital, avanzar en componentes de las fichas— pueda progresar de manera continua, de modo que las reuniones de la Mesa se concentren en aquello que efectivamente requiere validación o acuerdo entre los cuatro territorios.

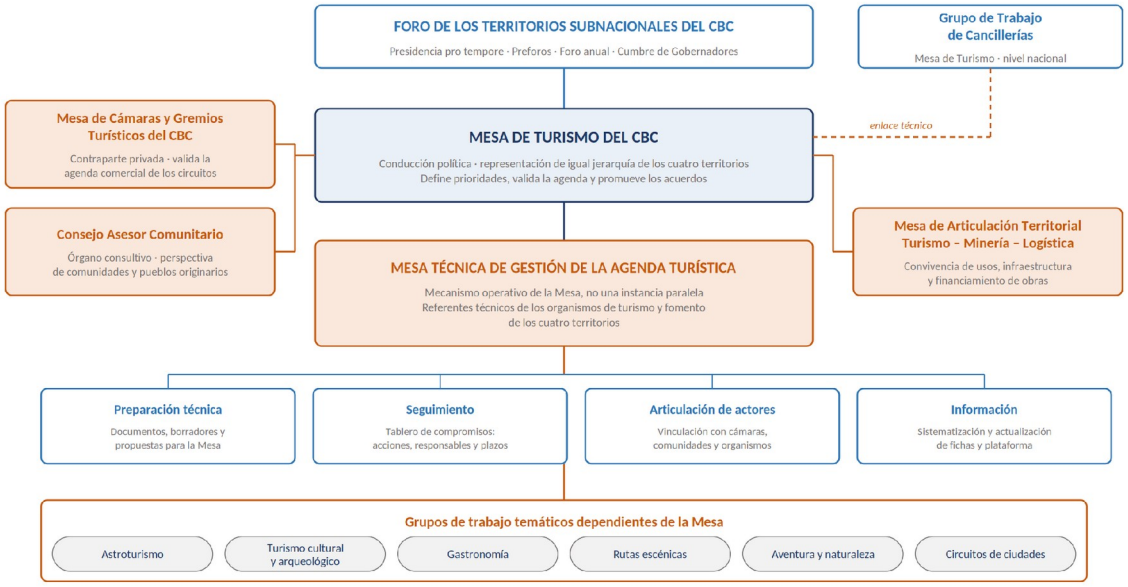
Las distintas iniciativas de producto —astroturismo, patrimonio, turismo comunitario, rutas escénicas o circuitos de ciudades— se organizarían como grupos de trabajo dependientes de la Mesa, cada uno con agenda, objetivos, responsables y productos definidos. La Mesa Técnica articulará y dará seguimiento a esos grupos, evitando la fragmentación institucional y asegurando que cada iniciativa contribuya a una agenda común.

Ciclo inicial de gestión

La puesta en funcionamiento de este esquema se estructuraría en un ciclo inicial de veinticuatro meses, concebido como período de implementación, consolidación y evaluación de la Agenda Turística. El plazo procura garantizar la continuidad de los referentes técnicos designados por cada territorio durante todo el ciclo, favoreciendo la acumulación de conocimiento y el seguimiento efectivo de los compromisos. Cumplido ese período, la evaluación permitiría definir los ajustes, las prioridades y los mecanismos necesarios para una nueva etapa, sin que ello suponga la finalización de la Mesa ni de la Mesa Técnica.

En este marco, se propone considerar una designación de un *Secretario Técnico*, que coordine la Mesa Técnica en el periodo inicial.

Figura 26. Esquema de Gobernanza de Turismo propuesto para el CBC



Fuente: Elaboración propia

10.1.3. La contraparte privada: la Mesa de Cámaras y Gremios

La creación de la Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del CBC (proyecto que también forma parte de la Cartera) opera como contraparte privada de la Mesa de Turismo, validando su agenda comercial y sosteniendo con autonomía la comercialización de los circuitos una vez diseñados. Se propone que asuma además una función concreta dentro de la arquitectura ya existente del corredor: preparando y organizando los encuentros comerciales, ruedas de negocios y workshops (inclusive podrían ser dentro de la Rueda de Negocios que ya organiza

cada Foro anual), revisando y validando el catálogo de oferta de los circuitos y promoviendo la adhesión de los operadores a los mismos, entre otras funciones.

10.1.4. Participación comunitaria: un Consejo Asesor, no una mesa más

Se propone constituir un Consejo Asesor Comunitario de Turismo del CBC, integrado por un representante territorial definido por los propios actores comunitarios vinculados al turismo, que cuentan con trayectoria y experiencia en la participación comunitaria en proyectos de turismo. El Consejo funcionará como órgano consultivo de la Mesa de Turismo, aportando la perspectiva de las comunidades y territorios involucrados en el desarrollo de la agenda turística.

La propuesta busca fortalecer la participación comunitaria sin generar una nueva estructura paralela ni superponer funciones con los mecanismos territoriales ya existentes. En este sentido, el Consejo actuaría como una instancia de articulación y consulta, canalizando hacia la Mesa las propuestas, necesidades y observaciones de las organizaciones representadas y, a su vez, facilitando la devolución y socialización de los avances de la Agenda Turística en los respectivos territorios.

Su participación podría contemplar las distintas etapas de los proyectos y circuitos turísticos, particularmente aquellos que involucren el turismo indígena o rural comunitario, el patrimonio cultural y natural, conocimientos tradicionales, entre otros. De este modo, el Consejo contribuiría a asegurar que las iniciativas impulsadas por la Mesa incorporen desde su diseño criterios de pertinencia territorial, participación, sostenibilidad y respeto por las dinámicas y conocimientos de las comunidades involucradas.

10.1.5. Diálogo con el sector minero

Se propone constituir una **Mesa de Articulación Territorial Turismo–Minería–Logística**, convocada por la Mesa de Turismo con participación par y estable de cámaras mineras y empresas operadoras de cada territorio para abordar temas de interés común como infraestructura, convivencia entre tránsito de carga y tránsito turístico, conservación de recursos y sitios patrimoniales y turísticos y el financiamiento de obras y proyectos.

10.1.6. Cofinanciamiento de la Mesa de Turismo

Se propone sostener la Agenda Turística mediante las siguientes opciones de financiamiento:

(i) un aporte público subnacional de los cuatro territorios;

(ii) co-financiamiento de arranque, durante los primeros dos o tres años, a través de la asistencia técnica de organismos internacionales y de instrumentos de fomento ya existentes en los territorios (como el CFI en Argentina o CORFO en Chile). Se recomienda dimensionar esta Mesa Técnica de forma acotada y en especial a través de la priorización de la cartera de inversiones con el objetivo de ir avanzando en algunas consultorías que resulten en productos estratégicos.

(iii) un mix entre ambas.

Este esquema de financiamiento exige una planificación estratégica y anticipada por parte de la Mesa, considerando que anualmente deberá proyectarse el plan de inversiones correspondiente al ejercicio siguiente, de manera que las iniciativas priorizadas puedan ser oportunamente incorporadas en los presupuestos provinciales y/o regionales y/o gestionadas ante organismos nacionales o financieros.

10.1.7. Articulación con el tramo Paraguay-Brasil del Corredor

La revisión conjunta de las carteras del tramo argentino-chileno y del tramo Paraguay-Brasil, este último a cargo del Prof. Dr. Erick Pusch Wilke, permitió identificar proyectos que presentan puntos de convergencia y complementariedad en los distintos tramos del CBC. Esta identificación pone de manifiesto la existencia de oportunidades para avanzar hacia estrategias de alcance regional, que trasciendan las intervenciones individuales y permitan abordar desafíos comunes desde una perspectiva integral. Esta coincidencia temática constituye una base valiosa para promover mayores niveles de coordinación entre los territorios, generar sinergias, optimizar recursos y desarrollar iniciativas articuladas que contribuyan a consolidar una visión turística compartida para el conjunto del Corredor Bioceánico de Capricornio.

En esa línea, el modelo de gobernanza propuesto para el tramo argentino-chileno —una Mesa de Turismo con conducción política, apoyada por una Mesa Técnica de Gestión de la Agenda Turística, y acompañada por la Mesa de Cámaras y Gremios y por un Consejo Asesor comunitario— podría ampliarse al tramo Paraguay-Brasil. Dado que la Mesa de Turismo forma parte de la Comisión de Turismo y Cultura del Foro, que ya reúne a los territorios de ambos tramos, esa ampliación no requeriría crear nuevas estructuras, sino incorporar a los referentes técnicos de los territorios de Paraguay y Brasil a los mismos mecanismos de trabajo. La cartera integrada de referencia, con su codificación por segmento (AC y BP), podría constituir la primera agenda común de esa instancia ampliada, orientada a identificar las iniciativas que conviene formular o ejecutar a escala de todo el corredor.

10.2. Mapa de Actores

Esta sección describe **tipos de actores** por la función que cumplen.

Tabla 19. Síntesis de los actores involucrados

Categoría	Función que cumple	Nivel(es) en que aparece
Autoridad rectora de turismo	Define política, conduce los proyectos de la Cartera correspondientes a su jurisdicción, autoridad de aplicación	Nacional, subnacional (provincial/regional)
Organismo de promoción y comercialización	Marketing, inteligencia de mercados, presencia en ferias internacionales	Nacional, subnacional
Organismo de fomento productivo	Instrumentos de financiamiento e incentivos para MIPyMEs turísticas	Subnacional
Organismo ambiental / de patrimonio	Gestión de áreas protegidas, patrimonio cultural, sostenibilidad	Subnacional
Gobierno local o municipal	Gestión operativa del destino, espacio público, señalética, relación cotidiana con visitantes	Municipal/comunal
Autoridad de conectividad y fronteras	Vialidad, aeronáutica civil, control migratorio y aduanero	Nacional, binacional
Organismo de relaciones internacionales/exteriores	Enlace del territorio con el CBC y con la contraparte del otro país	Provincial/regional, nacional (Cancillerías)
Cámara o gremio empresarial general	Representación amplia del sector privado turístico	Subnacional
Asociación sectorial especializada	Representación de un rubro específico (hotelería, agencias de viaje, gastronomía, turismo aventura, guías, astroturismo)	Subnacional
Operador o empresa individual	Comercialización directa de circuitos; adhesión a la Plataforma Digital	Todos los niveles
Infraestructura de conectividad física	Puertos, aeropuertos, terminales	Subnacional
Institución académica	Formación de capital humano, investigación aplicada	Subnacional
Mecanismo de turismo comunitario o indígena	Oferta y gobernanza turística de comunidades originarias y rurales	Subnacional, con voz en el Consejo Asesor Comunitario
Actor productivo conexo	Minería, logística de cargas — comparte territorio, rutas y recursos con el turismo	Subnacional
Espacio de gobernanza mixta ya existente	Mesas público-privadas locales (ZOIT, mesas regionales) que anteceden y pueden nutrir al modelo del CBC	Subnacional
Organismo multilateral / cooperación técnica	Asistencia técnica y financiera al proceso	Corredor

Fuente: Elaboración propia.

10.3. Estrategias para la puesta en marcha de la Hoja de Ruta

La implementación de la Hoja de Ruta requiere generar, de manera progresiva, las condiciones institucionales, territoriales y sectoriales que permitan avanzar desde la planificación hacia la acción. Para ello, se propone una secuencia de trabajo orientada a

fortalecer la gobernanza, generar visibilidad, involucrar al sector privado y a las comunidades, articular con otros sectores productivos y consolidar el rol de los gobiernos locales**.**

Estas estrategias no deben entenderse como etapas rígidas, sino como un proceso progresivo en el que cada avance contribuye a generar las condiciones necesarias para el siguiente.

Figura 27. Estrategias para la puesta en marcha de la Hoja de Ruta



Estrategia 1 — Fortalecimiento de la gobernanza

El primer paso consiste en consolidar la institucionalidad que permitirá coordinar y dar continuidad a las acciones del corredor. Para ello, se propone poner en funcionamiento la Mesa de Turismo y su Mesa Técnica, fortalecer el conocimiento y apropiación de este espacio por parte de las autoridades de turismo de los cuatro territorios, realizar un mapeo de actores y validar conjuntamente la Cartera de Proyectos y el cronograma de implementación.

En esta etapa será importante establecer mecanismos que favorezcan la continuidad institucional y la acumulación de capacidades a lo largo del tiempo. En particular, tal como se anticipó anteriormente, se recomienda considerar una designación de un *Secretario Técnico*, que coordine la Mesa Técnica en el periodo inicial, respondiendo a la Mesa de Turismo y Cultura del Foro.

Asimismo, será conveniente acordar entre los cuatro territorios un marco institucional (un Reglamento) para el funcionamiento de la Mesa, que defina responsabilidades, mecanismos de coordinación y criterios para el cofinanciamiento de las acciones priorizadas. Estos acuerdos permitirán fortalecer la capacidad de la Mesa para conducir la implementación de la Hoja de Ruta y facilitar la articulación entre los distintos niveles de gobierno.

Estrategia 2 — Validación y desarrollo de los circuitos y rutas de experiencias temáticas

El portafolio de circuitos y rutas que presenta este Informe constituye una propuesta técnica que requiere ser validada antes de su puesta en el mercado. Esa validación es el punto de partida de esta estrategia y se despliega en dos planos sucesivos: primero con los organismos de turismo de los cuatro territorios, para ajustar trazados, denominaciones y alcance; y luego con los municipios y los operadores receptivos de cada tramo, que son quienes conocen las condiciones reales de operación y quienes finalmente comercializarán el producto.

A la validación sigue el levantamiento de información de base que las propias fichas dejan pendiente: estado de accesos y señalización, prestadores habilitados, capacidad de alojamiento, servicios de apoyo y georreferenciación de los trazados. Es el trabajo que permite convertir un circuito propuesto en un producto verificado, y el que cierra los campos que hoy figuran como no especificados.

Ambos momentos se instrumentan en el Programa de Desarrollo y Comercialización de las Rutas de Experiencias Temáticas, ficha N.° 11 de la Cartera, que aporta además el componente metodológico: el procedimiento se documenta como protocolo replicable, de modo que la aplicación a las rutas siguientes no requiera una nueva consultoría. La estrategia se completa con la elaboración de los catálogos comerciales por ruta y con su incorporación a la Plataforma Digital del corredor, y encuentra su prueba en una ruta piloto que recorra el ciclo completo, de la validación a la primera temporada de operación.

Estrategia 3 — Generación de visibilidad del corredor

Con la estructura de gobernanza en funcionamiento, se propone avanzar en la proyección y posicionamiento del corredor como destino turístico binacional**.** Esta estrategia comprende la implementación progresiva de la Estrategia de Marca y Promoción Internacional, el desarrollo de proyectos visibles en el territorio —como la Señalética y las Rutas Escénicas— y la elaboración de un Plan de Marketing que permita orientar los esfuerzos hacia los mercados y segmentos prioritarios.

La generación de visibilidad deberá acompañar el proceso de desarrollo del corredor, mostrando de manera progresiva sus avances, productos y experiencias. Esto contribuirá a fortalecer su identidad y, al mismo tiempo, permitirá generar condiciones favorables para una mayor participación del sector privado en la promoción y comercialización de la oferta binacional.

Como parte de esta estrategia, se recomienda suscribir una carta de compromiso o acuerdo de uso y responsabilidad de la marca del CBC entre los territorios, que homologue los criterios sobre quiénes y de qué manera pueden utilizarla en cada jurisdicción, también en las iniciativas de generación y uso de señalética. Su aplicación deberá respetar la identidad y la pertinencia local, con particular atención a los territorios donde las comunidades tienen una participación relevante y una mirada crítica sobre las intervenciones en su territorio, como es el caso de Antofagasta.

Estrategia 4 — Incorporación y fortalecimiento del sector privado y las comunidades

Una vez puesta en marcha la estructura de gobernanza, se propone profundizar la participación del sector privado y de las comunidades en el proceso de desarrollo del corredor**.**

Para ello, se plantea trabajar con cámaras, asociaciones, gremios y operadores turísticos en torno a una agenda común, promoviendo la conformación de la Mesa de Cámaras y Gremios que permita canalizar sus aportes y facilitar su participación en la implementación de la Hoja de Ruta.

Esta instancia podrá contribuir a validar y enriquecer los circuitos turísticos integrados, identificar oportunidades de negocio y comercialización y acompañar la priorización de proyectos. En paralelo, se propone poner en funcionamiento el Consejo Asesor Comunitario**,** incorporando desde el inicio la perspectiva de las comunidades y actores locales en el diseño y desarrollo de las iniciativas.

Estrategia 5 — Articulación con otros sectores productivos

El desarrollo turístico del corredor requiere una adecuada articulación con las principales actividades económicas que comparten el territorio. En este sentido, se propone generar espacios de diálogo con los sectores de minería, logística y transporte de cargas**,** a partir de una agenda turística previamente acordada y validada.

La *Mesa de Articulación Territorial Turismo–Minería–Logística* podrá constituirse en un espacio para identificar oportunidades de articulación y establecer acuerdos que favorezcan la convivencia entre las distintas actividades, especialmente en aspectos vinculados con el uso de rutas, infraestructura, disponibilidad de recursos y coordinación de obras.

El objetivo será avanzar hacia acuerdos de complementariedad y convivencia territorial**,** identificando aquellas iniciativas en las que el desarrollo turístico pueda generar beneficios compartidos y contribuir al desarrollo sostenible del corredor.

Estrategia 6 — Fortalecimiento de los gobiernos locales

La consolidación de los gobiernos locales como actores activos será fundamental para llevar la estrategia del corredor al territorio. Se propone fortalecer sus capacidades para participar en la planificación, gestión y promoción turística, así como para identificar y desarrollar proyectos que complementen la cartera binacional.

En este marco, será importante generar espacios de intercambio y asistencia técnica**,** facilitar el acceso de los municipios a la información y herramientas de planificación disponibles y promover su articulación con los actores privados y comunitarios de cada territorio.

El fortalecimiento de los gobiernos locales permitirá que la Hoja de Ruta tenga una expresión concreta en los destinos y comunidades del corredor, favoreciendo una implementación más equilibrada, participativa y sostenible.

Estrategia 7 — Articulación con las instancias nacionales

El desarrollo del CBC requiere también una adecuada articulación con las instancias nacionales, especialmente para aquellas iniciativas cuya implementación requiere decisiones, coordinación o intervención de organismos que excedan las competencias subnacionales.

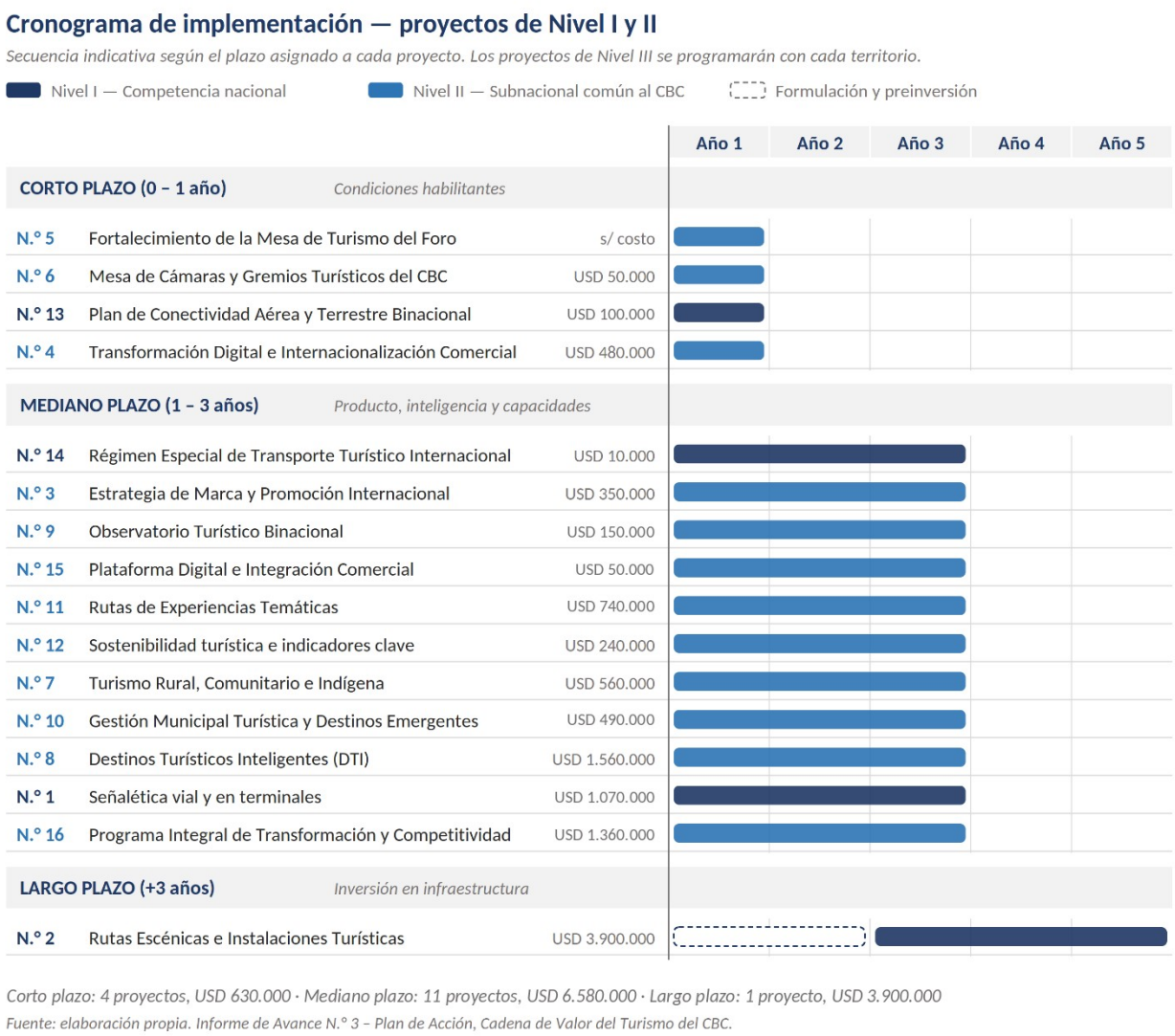
En este marco, se propone que la Mesa de Turismo designe un *enlace técnico permanente*, función que podrá ser asumida por la propia Mesa Técnica de Gestión de la Agenda Turística, sin necesidad de crear una nueva estructura. Este enlace tendrá como principal función mantener una comunicación fluida con la Mesa de Turismo del Grupo de Trabajo de las Cancillerías.

El enlace permitirá, por una parte, dar seguimiento y presentar el estado de avance de los proyectos que requieren intervención o decisiones del nivel nacional**.** Por otra parte, permitirá trasladar a la Mesa de Turismo las decisiones, avances, condicionamientos o eventuales demoras que se produzcan en el ámbito nacional.

10.4. Cronograma de implementación de la Cartera de Proyectos de Inversión

La Cartera asigna a cada proyecto un plazo de implementación —corto, de cero a un año; mediano, de uno a tres; y largo, de más de tres— que surge de su naturaleza, su madurez y las condiciones que requiere para ponerse en marcha. Ordenados según ese criterio, los proyectos de competencia nacional y de alcance común al corredor configuran la secuencia de trabajo que se presenta a continuación. *Los proyectos de Nivel III no se incorporan a este cronograma: su programación corresponde acordarla con cada jurisdicción en el marco de la validación territorial de la Cartera.*

Figura 28. Cronograma de implementación — proyectos de Nivel I y II



Corto plazo: 4 proyectos, USD 630.000 · Mediano plazo: 11 proyectos, USD 6.580.000 · Largo plazo: 1 proyecto, USD 3.900.000

Fuente: elaboración propia. Informe de Avance N.° 3 – Plan de Acción, Cadena de Valor del Turismo del CBC.

La secuencia expresa una lógica de precedencia antes que un calendario de ejecución. El primer año concentra las condiciones habilitantes: la puesta en funcionamiento de la Mesa de Turismo y de la Mesa de Cámaras y Gremios, el plan de conectividad y el programa de transformación digital de los operadores.

El mediano plazo reúne once proyectos y constituye el núcleo del esfuerzo. Comprende el desarrollo de producto, la marca y la promoción internacional, la inteligencia turística, la sostenibilidad y el fortalecimiento de capacidades empresariales y municipales. Su ejecución simultánea entre los años uno y tres requerirá una priorización interna por parte de la Mesa, atendiendo tanto a las ventanas presupuestarias de cada jurisdicción como a las dependencias entre iniciativas: la Estrategia de Marca, el Observatorio, la Plataforma Digital y el programa de Rutas de Experiencias Temáticas suponen una Mesa Técnica ya constituida y en funcionamiento.

A largo plazo comprende el proyecto de Rutas Escénicas e Instalaciones Turísticas. Este proyecto, aunque es de competencia nacional por tratarse de intervenciones viales, de acuerdo a sus componentes podría desagregarse y comenzar su planificación y diseño, impulsado por los gobiernos subnacionales antes. Es por ello que el cronograma prevé para él una fase previa de formulación y preinversión durante los dos primeros años, sin la cual la ejecución no podría iniciarse en el tercero.

11. Reflexiones finales

Más allá de los datos, las evidencias, las tablas e indicadores y las estrategias presentadas en este estudio, el recorrido por los territorios del Corredor Bioceánico de Capricornio deja reflexiones que difícilmente puedan expresarse a través de estos.

Se revela un territorio diverso, de colores intensos y horizontes amplios, hospitalario, con vocación turística y un genuino orgullo por su patrimonio natural y cultural. Allí, el paisaje no es solamente un atractivo turístico: forma parte de la identidad de sus comunidades y de una manera particular de comprender y habitar el mundo.

Son territorios modelados por culturas milenarias, historias compartidas, dificultades y empresas muchas veces arduas, pero también por una permanente capacidad de adaptación frente a condiciones geográficas desafiantes. Desde viejos tiempos han sido escenario de viajes, intercambios, comercio y encuentros entre pueblos, configurando una trama de relaciones que antecede ampliamente a las actuales fronteras nacionales.

En ese sentido, el Corredor representa mucho más que un proyecto de infraestructura, una estrategia logística o un impulsor del turismo. Constituye una oportunidad para profundizar la cooperación entre territorios que comparten desafíos y que pueden enriquecerse mutuamente a partir del intercambio de experiencias, conocimientos y capacidades. Es también una posibilidad de recuperar aquellos antiguos intercambios y proyectarlos hacia el futuro bajo nuevas formas de cooperación y desarrollo.

Esto no supone homogeneizar los territorios ni diluir sus identidades. Por el contrario, la integración será más sólida cuanto más pueda cada provincia, cada región y cada municipio fortalecer aquello que los hace únicos. Integrarse no significa parecerse más, sino aprender a complementarse desde la diversidad. Las fronteras pueden convertirse en espacios de encuentro sin que ello implique resignar las prioridades, los valores, las formas de hacer o las aspiraciones propias de cada comunidad.

Cada territorio deberá encontrar su propio lugar dentro del Corredor Bioceánico de Capricornio, construyendo un rol acorde con su identidad, sus capacidades y sus proyectos de futuro. Habrá objetivos comunes y una visión compartida, pero necesariamente existirán diferentes caminos para alcanzarlos. Allí reside, precisamente, una de las mayores riquezas del proceso: comprender que la cooperación no sustituye las identidades locales, sino que puede potenciarlas.

Desde esta perspectiva, el presente Informe propone una cartera de proyectos, un portafolio de circuitos integrados entre el norte de Argentina y Chile y una Hoja de Ruta para avanzar en su implementación.

El propio proceso de formulación del Plan de Acción, al recorrer mentalmente los circuitos y conversar sobre los proyectos, no hizo más que confirmar una convicción: estos territorios

tienen mucho para compartir. Cada uno ha recorrido caminos propios y ha acumulado aprendizajes valiosos —en la gestión de destinos patrimoniales, el turismo de base comunitaria, el astroturismo, el desarrollo enoturístico, el ordenamiento de áreas naturales, la planificación turística y la gestión y el posicionamiento de marcas— que otros aún están transitando.

Buena parte de lo que aquí se propone no requiere inventar respuestas nuevas, sino reconocer, poner en común y adaptar las que ya existen. El conocimiento compartido es, probablemente, uno de los activos más disponibles y menos aprovechados del Corredor y, al mismo tiempo, uno de los que puede permitir avanzar con mayor rapidez y menor costo.

El modelo de desarrollo turístico al que aspira este Plan de Acción tampoco es el de un corredor que concentre los flujos en unos pocos destinos consolidados. Es el de un sistema capaz de distribuir oportunidades, incorporar áreas emergentes, dar lugar a territorios que hoy quedan al margen de las rutas comerciales y convertir el desplazamiento entre destinos en una experiencia que genere beneficios para las localidades intermedias.

La lógica de eje troncal y eslabones, las rutas de experiencias temáticas y buena parte de los proyectos de la Cartera responden a esa intención: ampliar la participación en los beneficios del turismo y, al mismo tiempo, favorecer la circulación de conocimientos, capacidades y buenas prácticas.

El turismo tiene, en este contexto, una capacidad que pocas actividades reúnen. Genera valor económico y empleo local, pero también valor social, al involucrar a una red amplia y heterogénea de actores: gobiernos provinciales y regionales, municipios, cámaras empresariales, operadores, comunidades y pueblos originarios, universidades y prestadores de pequeña escala. Muchos de ellos rara vez encuentran una agenda común y, sin embargo, a lo largo de este proceso han demostrado un genuino interés por trabajar de manera cooperativa.

Genera también valor ambiental, porque convierte la conservación del patrimonio natural en una condición de la propia actividad y no simplemente en una restricción externa. Y genera, sobre todo, valor de integración: pocas actividades tienen la capacidad de hacer que una frontera deje de ser únicamente un límite para convertirse en parte de la experiencia, y que la complementariedad entre territorios se traduzca en una propuesta turística más rica.

Por eso, ni la cartera de proyectos ni el portafolio de circuitos deben entenderse como un listado cerrado ni como una prescripción técnica. Son, antes que nada, una plataforma inicial: una base sobre la cual discutir, corregir, incorporar nuevas ideas y establecer prioridades. Su verdadero valor no estará en la fidelidad con que se ejecuten tal como fueron formulados, sino en la capacidad que tengan para abrir conversaciones y construir consensos.

Y esos consensos deberán orientarse al bien común de quienes habitan el Corredor, fortaleciendo la identidad de cada territorio y promoviendo esquemas de integración que resulten efectivamente beneficiosos para quienes participan de ellos.

Finalmente, y lo más importante, querríamos recordar que detrás de cada estrategia, cada proyecto, cada circuito y cada inversión existen personas. Comunidades que aspiran a mejores oportunidades, dirigentes comunitarios que representan, articulan y sostienen las aspiraciones de sus territorios, empresarios que han decidido apostar al turismo por sus beneficios transversales y para generar valor; funcionarios comprometidos con procesos que exceden sus mandatos; emprendedores que buscan crecer; jóvenes que desean permanecer en sus territorios; gobiernos locales que trabajan por su desarrollo; y actores que apuestan a construir un futuro compartido.

En definitiva, el desarrollo turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio solo tendrá sentido si contribuye a mejorar la calidad de vida de quienes habitan y trabajan en estos territorios.

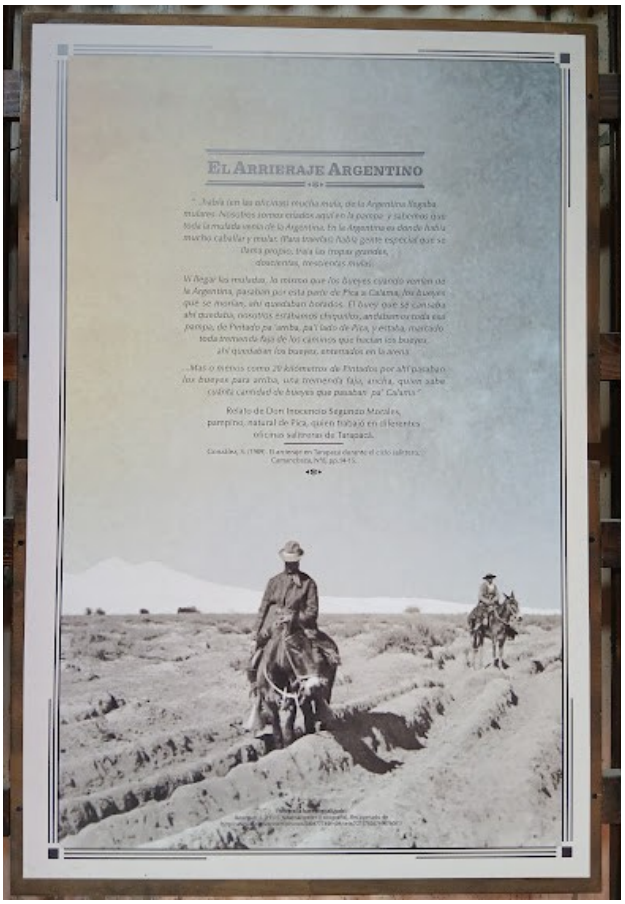
Quizás ese sea el mayor desafío de los próximos años: pasar de la planificación a la acción sin perder de vista ese horizonte; fortalecer la integración sin perder las raíces; compartir sin resignar la identidad; y construir confianza entre vecinos, municipios, provincias y países. Sostener la cooperación más allá de los ciclos políticos requerirá entender que la integración no se decreta: se construye y se practica.

Se practica en cada proyecto que encuentra un territorio dispuesto a compartir lo aprendido. En cada circuito que conecta comunidades. En cada experiencia que permite que una frontera sea atravesada no solo por personas y mercancías, sino también por conocimiento, confianza y oportunidades.

Si el Corredor Bioceánico de Capricornio logra convertirse en ese espacio de encuentro, aprendizaje y construcción colectiva, habrá alcanzado uno de sus objetivos más trascendentes.

Y si estas páginas contribuyen, aunque sea modestamente, a que esa práctica comience, habrán cumplido su propósito.

Figura 29. Homenaje al arriero argentino en la Ex Oficina Salitrera de Humberstone



Ana Cornejo Remy

Septiembre de 2026

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Administración Nacional de Aduanas de Chile. (2026, 20 de junio). Dashboard de Aduanas de Chile [Panel de datos].

Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC). (2025, diciembre). Informe mensual de tráfico aéreo — diciembre 2025. Ministerio de Transporte de la Nación Argentina.

Amadasi, E. (2026, 26 de febrero). Apuntes sobre el turismo emisor en la Argentina de 2025. Notas Académicas de la Academia Argentina de Turismo.

Amadeus. (2025a). Transforming operational efficiency with AI and agentic flows [White paper]. https://amadeus.com

Amadeus. (2025b, diciembre). Perspectivas de viaje 2025 y tendencias 2026, enfoque en las Américas [Presentación de O. Ponti]. Destination Gateway™.

ATTA (Adventure Travel Trade Association). (2026a, abril). 2026 adventure travel trends & insights: State of the adventure travel industry. https://learn.adventuretravel.biz/research/2026-adventure-travel-trends-insights-state-of-the-adventure-travel-industry

ATTA (Adventure Travel Trade Association). (2026b). Adventure travel market sizing 2026: Latin America. https://learn.adventuretravel.biz/research/adventure-travel-market-sizing-2026-latin-america

ATTA (Adventure Travel Trade Association). (s.f.). Adventure travel market sizing and the new adventure traveler. https://learn.adventuretravel.biz/research/adventure-travel-market-sizing-and-the-new-adventure-traveler

Banco Central de Chile. (2026, 7 de septiembre). Tipo de cambio observado (dólar observado) [Base de Datos Estadísticos]. https://si3.bcentral.cl/indicadoressiete/secure/indicadoresdiarios.aspx

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) – Unidad de Sector Privado, Sinergias y Comercio (PTI/PST). (2026). Informe final: Facilitación del comercio y procesos transfronterizos — Corredor Bioceánico de Capricornio. BID.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (s.f.). El turismo se consolida como un motor del comercio de América Latina y el Caribe. https://iadb.org

Booking.com. (2025). Predicciones de viajes de los argentinos en 2026. https://news.booking.com/es-ar/bookingcom-predice-las-10-tendencias-de-los-viajes-de-los-argentinos-en-2026/

Booking.com. (2026a, enero). La música impulsa las ganas de viajar de los argentinos. https://news.booking.com/es-ar/la-musica-impulsa-las-ganas-de-viajar-de-los-argentinos-con-un-impacto-directo-en-el-turismo/

Booking.com. (2026b, mayo). Generación Silver: una radiografía sobre sus preferencias al viajar. https://news.booking.com/es-ar/generacion-silver-una-radiografia-de-bookingcom-sobre-sus-preferencias-al-momento-de-viajar/

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo de la Argentina, y Ministerio de Desarrollo Económico y Producción de la Provincia de Jujuy. (2023b). Lineamientos para el fortalecimiento productivo en la provincia de Jujuy. CEPAL.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023a). Senderos de desarrollo económico para el siglo XXI en la provincia de Salta. CEPAL / Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable de Salta.

Consejo Económico Social de la Provincia de Salta (CES). (2026). Salta 360: Indicadores y perspectivas sectoriales 2026. Gobierno de Salta.

Corporación de Desarrollo Turístico del Tamarugal (CORDETUR). (s.f.). Descubre Tamarugal [Portal institucional]. https://descubretamarugal.com/

CYTIES Investigación & Desarrollo. (2026, marzo). Aprueban la nueva Política Regional de Turismo de Tarapacá con proyección al 2034. https://cyties.cl/aprueban-la-nueva-politica-regional-de-turismo-de-tarapaca-con-proyeccion-al-2034/

Dirección Provincial de Estadística y Censos de Jujuy (DiPEC). (2024). Anuario estadístico 2024. Provincia de Jujuy.

Dirección Provincial de Estadística y Censos de Jujuy (DiPEC). (2026). Índice Sintético de Actividad Económica (ISAE), enero 2026. Departamento de Cuentas Provinciales, Provincia de Jujuy.

Empresa Portuaria Iquique (EPI). (s.f.). Portal institucional. https://epi.cl/

Fundación ProYungas, & Redes Chaco. (2026). Travesía Capricornio: Catálogo [Catálogo digital de experiencias de ecoturismo]. Programa Impacto Verde. https://redeschaco.org/wp-content/uploads/2026/01/Travesia-Capricornio-Catalogo.pdf

Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos de Jujuy Sociedad del Estado (GIRSU Jujuy S.E.). (2024). Informe de gestión 2024. GIRSU Jujuy S.E.

Gobernación de la Provincia del Tamarugal. (s.f.). Portal institucional. http://www.gobernaciontamarugal.gov.cl/

Gobierno de Chile. (s.f.). Estrategia Climática de Largo Plazo [ECLP].

Gobierno de la Provincia de Jujuy. (2026). Geografía de Jujuy. https://jujuy.gob.ar/geografia/

Gobierno de Salta. (2025). Producto Bruto Geográfico de Salta 2013-2023. Ministerio de Economía de la Provincia de Salta.

Gobierno Regional de Antofagasta (GORE Antofagasta), & Unidad Regional de Asuntos Internacionales (URAI). (2024). Política Regional de Integración e Internacionalización 2024-2030 [PRIIA].

Gobierno Regional de Antofagasta (GORE Antofagasta). (2022). Estrategia Regional de Innovación 2022-2028.

Gobierno Regional de Arica y Parinacota, y Gobierno de la Provincia de Jujuy. (2023, 20 de diciembre). Declaración de Intenciones entre el Gobierno Regional de Arica y Parinacota y el Gobierno de la Provincia de Jujuy. Arica.

Gobierno Regional de Tarapacá (GORE Tarapacá), & CYTIES Investigación & Desarrollo. (2026, marzo). Política Regional de Turismo de Tarapacá (PRT) 2024–2034.

Gobierno Regional de Tarapacá, y Gobierno de la Provincia de Jujuy. (2024, 18 de diciembre). Acuerdo de Colaboración entre el Gobierno Regional de Tarapacá y el Gobierno de la Provincia de Jujuy. Iquique.

IMARC Group. (2026). Latin America sustainable tourism market. https://imarcgroup.com

Instituto Geográfico Militar (IGM). (1979).

Instituto Nacional de Capacitación de Chile (INACAP). (s.f.). Portal institucional. https://portales.inacap.cl/

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2022). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2023). Resultados definitivos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025a). Encuesta Permanente de Hogares (EPH) — Total urbano, tercer trimestre de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025b). Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos — primer semestre de 2025. Informes Técnicos, 9(237). INDEC.

Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). (2024). Censo de Población y Vivienda 2024.

Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) – Argentina Travel. (2026). Turismo en Jujuy. https://www.argentina.travel/norte/jujuy

Junta de Aeronáutica Civil de Chile (JAC). (2025). Estadísticas de tráfico aéreo, 2024–2025.

La Devi Chile. (2019). Tarapacá y Salta sellan su compromiso de colaboración. https://chile.ladevi.info/general/tarapaca-y-salta-sellan-su-compromiso-colaboracion-n11999

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2017, 11 de septiembre). Se creó el Consejo Consultivo de Turismo de Jujuy (Resolución N.° 340 MCyT). https://culturayturismo.jujuy.gob.ar/2017/09/11/se-creo-el-consejo-consultivo-de-turismo-de-jujuy/

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2018). Fue convocado el Consejo Provincial de Turismo (COPROTUR): primera reunión 2018. https://culturayturismo.jujuy.gob.ar/tag/consejo-provincial-de-turismo/

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2024). Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2025-2035 (PETS). Gobierno de la Provincia de Jujuy.

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2025). Jujuy en verano 2025. Gobierno de la Provincia de Jujuy.

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2026a). El Consejo Consultivo de Turismo inició su agenda 2026 con eje en planificación y competitividad. https://culturayturismo.jujuy.gob.ar/2026/02/11/el-consejo-consultivo-de-turismo-inicio-su-agenda-2026/

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2026b). Plataforma de capacitación turística (CAPTUR). https://captur.jujuy.gob.ar/

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2026c). Portal oficial de turismo de la Provincia de Jujuy. https://turismo.jujuy.gob.ar/

Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. (2026d). Regiones de Jujuy. https://www.turismo.jujuy.gob.ar/

Ministerio de Desarrollo Social y Familia [Chile]. (2024). Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) 2024.

Ministerio de Obras Públicas de Chile (MOP), & Subsecretaría de Turismo. (2017a). Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030: Región de Antofagasta.

Ministerio de Obras Públicas de Chile (MOP), & Subsecretaría de Turismo. (2017b). Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030: Región de Tarapacá.

Ministerio de Obras Públicas de Chile (MOP), & Subsecretaría de Turismo. (2020). Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030.

Ministerio de Turismo Indígena de Tarapacá (MTI Tarapacá), & Travolution. (s.f.). Estrategia de Turismo Indígena Digital.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta. (2022). Plan Estratégico de Turismo LIDERAR. Gobierno de Salta.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta. (2024). Informe oficial de vacaciones de julio 2024. Gobierno de Salta.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta. (2025a). Informe oficial de temporada verano 2025. Gobierno de Salta.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta. (2025b). Informe oficial de Semana Santa 2025. Gobierno de Salta.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta. (2025c). Informe oficial de vacaciones de julio 2025. Gobierno de Salta.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta. (2025d). Guía de oportunidades de inversión turística en Salta. Gobierno de Salta.

Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta. (2026). Informe oficial de temporada verano 2026. Gobierno de Salta.

Municipalidad de San Pedro de Atacama. (2020). Plan de Desarrollo Turístico Comunal (PLADETUR) San Pedro de Atacama 2020-2025.

Municipalidad de San Salvador de Jujuy. (2024). Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de San Salvador de Jujuy, horizonte 2050. Municipalidad de San Salvador de Jujuy.

ONU Turismo. (2025a). Barómetro de ONU Turismo, edición 2025.

ONU Turismo. (2025b). Invirtiendo en Argentina.

ONU Turismo. (2026a, enero). El incremento en un 4% de las llegadas de turistas internacionales refleja la fuerte demanda de viajes en todo el mundo. https://www.untourism.int/es/news/el-incremento-en-un-4-de-las-llegadas-de-turistas-internacionales-refleja-la-fuerte-demanda-de-viajes-en-todo-el-mundo

ONU Turismo. (2026b, junio). El turismo internacional creció un 2% en el primer trimestre de 2026 en medio de una creciente incertidumbre. https://www.untourism.int/es/news/el-turismo-internacional-crecio-un-2-en-el-primer-trimestre-de-2026-en-medio-de-una-creciente-incertidumbre

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2014). Qhapaq Ñan, Sistema Vial Andino: Inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial. https://whc.unesco.org/en/list/1459

Programa Territorial Integrado Turismo Sostenible San Pedro de Atacama (PTI/CORFO). (s.f.). Portal institucional. https://sanpedrodeatacama.travel

Punto Focal Provincial de Cambio Climático — Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de Salta. (s.f.). Análisis de impactos del cambio climático en destinos turísticos de la Provincia de Salta. PNUD – ARG19003 / Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Nación.

Relevamiento propio de oferta comercial de excursiones en la Región de Tarapacá. (2026, 10 de julio). [Fuentes de comercialización digital: Visita Tarapacá, TripAdvisor/Viator, Desierto Verde Expediciones, Tarapacá Travel y Turismo Sol de Tarapacá].

Relevamiento propio de oferta comercial de excursiones en San Pedro de Atacama, Antofagasta y Calama. (2026). [Fuentes de comercialización digital: TripAdvisor, Viator, Civitatis, Nomades y Tur.com; sin referencia bibliográfica formal individual].

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. CABI Publishing.

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. Revista de Administração Pública, 44(5), 1049–1066. https://doi.org/10.1590/S0034-76122010000500003

Senado de la República Argentina. (2024, marzo). Informe productivo Jujuy. Senado de la Nación.

Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR), & Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). (2024). Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT) 2024.

Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2018). Informe de intensidad turística y definición de destinos turísticos.

Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2020a). Inventario de Atractivos Turísticos R01 – Región de Tarapacá.

Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2020b). Inventario de Atractivos Turísticos R02 – Región de Antofagasta.

Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2024). Cuadro de Turismo Receptivo Aéreo, 2° semestre 2024.

Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2026, 20 de junio). Dashboard de Turismo Receptivo [Panel de datos].

SLOTT Consulting – SPIM. (2026, marzo). Estudio de infraestructura física y digital del Corredor Bioceánico de Capricornio (PM-CBC). Banco Interamericano de Desarrollo (BID) – PTI/PST.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE). (2022). Plan Territorial de Desarrollo para Zona Rezagada, Provincia de Tocopilla 2022-2030: Entre la costa y la pampa, el desarrollo comienza ahora [comunas de Tocopilla y María Elena, Región de Antofagasta]. http://territoriosdeconvergencia.subdere.gov.cl/files/doc_zonas_rezagadas/PLAN%20DESARROLLO%20TOCOPILLA%202022.pdf

Subsecretaría de Turismo [Chile]. (s.f.). Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable.

Subsecretaría de Turismo de la Nación Argentina. (2025). Propuesta estratégica — Provincia de Jujuy. Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes.

Subsecretaría de Turismo, & Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2023). Perfil del Turista Receptivo 2023.

Subsecretaría de Turismo, & Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2025a). Catálogo de Carreras 2025.

Subsecretaría de Turismo, & Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR). (2025b, diciembre). Anuario de Turismo 2024.

Subsecretaría de Turismo, División de Articulación y Planificación Estratégica, Unidad de Territorios y Adaptación al Cambio Climático [Chile]. (2025). Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo (PSACCT) 2025-2030.

TripAdvisor. (2026). Trendcast 2026. https://www.tripadvisor.com/Articles-lWEDnGiu8I60-Trendcast26.html

World Travel & Tourism Council (WTTC), & VFS Global. (2024, junio). Unlocking opportunities for travel & tourism growth in Latin America [Executive summary]. https://wttc.org

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2025). Travel & tourism economic impact 2025. WTTC.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2026, mayo). Central & South America travel & tourism sector set to outpace global growth in 2026. https://wttc.org/news/central-south-america-travel-tourism-sector-set-to-outpace-global-growth-in-2026

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

Sector de Productividad, Comercio e Innovación | Unidad PTI/PST

GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO EN EL MARCO DEL PLAN MAESTRO REGIONAL DEL CORREDOR BIOCEÁNICO DE CAPRICORNIO (CBC)

JUJUY | SALTA | ANTOFAGASTA | TARAPACÁ

ANEXOS

INFORME FINAL

Diagnóstico Estratégico y Plan de Acción del Turismo en el Corredor Bioceánico de Capricornio – Argentina y Chile



Anexos

Contenido

Anexo I – Diagnósticos Territoriales....3
1. Argentina....3
Jujuy....3
Salta....39
2. Chile....79
Antofagasta....79
Tarapacá....122
Anexo II – Hallazgos, brechas, objetivos estratégicos y vectores de transformación para cada territorio....170
Provincia de Jujuy (Argentina)....170
Provincia de Salta (Argentina)....176
Región de Antofagasta (Chile)....185
Región de Tarapacá (Chile)....191
Anexo III – Fichas de Inversión....196
Criterios de valorización: módulos de referencia de la cartera CBC....196
A. Proyectos comunes al CBC (Niveles I y II)....201
B. Proyectos territoriales (Nivel III)....235
Jujuy....236
Salta....243
Antofagasta....253
Tarapacá....261
Anexo IV – Fichas de los circuitos y rutas de experiencias temáticas del CBC....268
A. Eslabones territoriales asociados al eje troncal CBC....269
Sección 1. Acceso a Puertos....269
Sección 2. Pasos Andinos....273
Secciones 2 y 3. Circuitos de integración....301
Sección 3. Conurbación NOA Norte....307
B. Rutas de experiencias temáticas....327
Anexo V – Listado de Entrevistas y Consultas Realizadas....364

Anexo I – Diagnósticos Territoriales

1. Argentina

Jujuy

Eje 1 — Posicionamiento territorial

1.1 Datos básicos del territorio

La provincia de Jujuy se localiza en el extremo noroeste de la República Argentina, integrando la Región del Norte Grande Argentino. Limita al norte y oeste con Bolivia y Chile, respectivamente, mientras que al sur y al este limita con la provincia de Salta. Con una superficie de **53.219 km²**, Jujuy presenta una gran diversidad geográfica y ambiental, organizada en cuatro regiones principales: la Puna, la Quebrada, los Valles y las Yungas. Esta heterogeneidad territorial genera importantes contrastes paisajísticos, climáticos y culturales que constituyen uno de los principales activos para el desarrollo turístico provincial.

Administrativamente, Jujuy se organiza en **16 departamentos y 60 municipios**. La capital provincial es San Salvador de Jujuy. De acuerdo con el Censo Nacional 2022, Jujuy registra una población de **811.611 habitantes**, evidenciando un sostenido crecimiento demográfico, con la mayor densidad del CBC: 15,2 hab/km² (Estudio Infraestructura CBC, SLOTT/BID, 2026).

La economía jujeña presenta una estructura diversificada. El sector terciario representa el 69,6% del PBG, seguido por la industria manufacturera (12,4%), la minería (6,7%), la construcción (5,6%) y la agricultura y ganadería (5,4%). El PBG per cápita se estima en USD 7.438 a precios constantes de 2004 (DiPEC, 2022). El **turismo** genera más de USD 315 millones anuales (7,5% del PBG) y emplea a 28.000 personas directamente[1].

[1] Según datos aportados por la publicación “Jujuy en números” del Ministerio de Turismo y Cultura de Jujuy en relación al año 2025.

Tabla 1. Indicadores clave del territorio

INDICADOR	DATO
Superficie total	53.219 km² (IGM, 1979)
Capital / ciudad principal	San Salvador de Jujuy
Divisiones administrativas	16 departamentos; 60 municipios y comisiones municipales (INDEC, 2022)
Población total	811.611 habitantes (Censo Nacional 2022, INDEC). Mayor densidad del CBC: 15,2 hab/km² (PM-CBC, 2026)
Departamentos más poblados	Dr. Manuel Belgrano (320.990 hab.), El Carmen (122.366), Ledesma (94.252), San Pedro (88.241), Palpalá (65.531) (Censo 2022)
PBG per cápita provincial	USD 7.438 a precios constantes de 2004 (2022, DiPEC). Participación del PBG en VAB nacional: 1,05%.
Actividades económicas principales	Minería (litio, plata, zinc): mayor exportador argentino de carbonato de litio (+50.000 t/año). Agroindustria (tabaco, caña de azúcar, cítricos). Turismo. Energías renovables.

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia y Argentina

1.2 Caracterización geográfica y morfológica

La provincia de Jujuy se encuentra dentro del sistema andino sudamericano, escalonando de oeste a este la Puna o Altiplano, la Quebrada, los Valles y las Yungas, que conforman cuatro grandes regiones bien diferenciadas por el relieve, clima, biomas y actividades económicas. Esta diversidad geográfica, que permite pasar de paisajes desérticos de alta montaña a selvas subtropicales en pocas horas, es uno de los activos diferenciales de Jujuy como destino turístico[2].

- **Puna o Altiplano Jujeño (oeste):** extensa meseta de altura a 4.000 msnm que ocupa el 60% del territorio provincial. La integran los departamentos de Yavi, Santa Catalina, Rinconada, Cochinoca y Susques. Clima árido y frío con temperaturas extremas que oscilan entre los 30°C de día y los 0°C o menos por la noche. Vientos secos y frecuentes nevadas en las cumbres circundantes. La escasa vegetación es rastrera y dura. Sus salares —Cauchari-Olaroz, Salinas Grandes, lagunas de Vilama, Jama, Guayatayoc y Pozuelos— y sus conos volcánicos constituyen atractivos de singular belleza. La Puna concentra importantes yacimientos de litio, boratos y otros minerales estratégicos, y brinda acceso directo al Paso Internacional de Jama (RN 52). Sobre la región se articula la “Ruta de los Cielos Jujeños”, eje del astroturismo provincial, que recorre la RN 52 desde Purmamarca hasta Jama, atraviesa altitudes que superan los 3.500 msnm —con las Salinas Grandes como uno de sus puntos destacados— y ha recibido la acreditación internacional como Sendero Starlight. (Gobierno de la Prov. de Jujuy; MCyT Jujuy; Fundación Starlight)

[2] Según los aportes del Gobierno de la Provincia de Jujuy en la web www.jujuy.gob.ar/geografía.

- **Quebrada de Humahuaca (centro-norte):** hendidura o cañadón dentro de la Cordillera Oriental, de aproximadamente 155 km de longitud en dirección norte-sur, recorrida por el Río Grande de Jujuy. Integran esta región los departamentos de Humahuaca, Tilcara y Tumbaya. Clima serrano y semiárido, con lluvias de verano y sequía de invierno; temperaturas entre 5°C y 23°C de promedio anual. Declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad en la categoría de Paisaje Cultural el 2 de julio de 2003, es el **principal corredor histórico, cultural y turístico** de la provincia, con el Cerro de los 7 Colores en Purmamarca, el Pucará de Tilcara, las Serranías del Hornocal (Cerro de los 14 Colores, 4.350 msnm), el carnaval quebradeño y el enoturismo de altura como sus expresiones más destacadas. Concentra el 50,2% de las plazas de alojamiento provinciales. (UNESCO; MCyT Jujuy; www.turismo.jujuy.gob.ar; Anuario Estadístico de la Provincia de Jujuy, 2023)

- **Valles (centro):** principal espacio de concentración demográfica, administrativa y productiva. Allí se localiza **San Salvador de Jujuy (capital provincial),** junto con Palpalá, El Carmen y San Pedro de Jujuy. Clima más templado y húmedo, favorable para el desarrollo agrícola e industrial. Incluye el **Parque Provincial Potrero** de Yala (4.300 ha, zona núcleo de la Reserva de Biosfera de las Yungas), las **Termas de Reyes y los diques del sur provincial**. Funciona como puerta de entrada para la mayoría de los visitantes y como hub de agencias de viajes (53 de las 66 habilitadas en la provincia). Para el Gobierno de Jujuy esta región reviste gran interés para el mercado del norte de Chile, a partir del contraste paisajístico con el desierto y el mar (Gobierno de la Prov. de Jujuy; www.turismo.jujuy.gob.ar).

- **Yungas o Valles Orientales (este):** extenso corredor biogeográfico de selva de montaña subtropical que se extiende sobre las laderas orientales andinas, rodeado por sierras como Zapla, Zenta, Cresta del Gallo y Maíz Gordo. Recibe entre 900 y 2.500 mm anuales de precipitaciones. Alberga el **Parque Nacional Calilegua** (76.306 ha), el área protegida de yungas más grande del país, que integra junto a las Yungas salteñas la **Reserva de Biosfera reconocida por UNESCO**[3]. Su biodiversidad incluye especies en peligro de extinción como el yaguareté, el huemul, el lobito de río y el loro alisero. El Sendero Intercultural Guaraní y las Termas del Río Jordán son sus atractivos turísticos más destacados. La ciudad de Libertador General San Martín es la cabecera de la región. En esta ecorregión de las Yungas, el Gobierno Provincial creó en 2025 el Parque Natural Provincial La Reina, un área de 15.000 hectáreas que estará dedicada a la conservación del ambiente y la biodiversidad, colindante con el Parque Nacional El Rey en la Provincia de Salta. A pesar de ello, la región es aún emergente desde el punto de vista del desarrollo turístico, aunque cuenta con un relevante potencial de crecimiento (Gobierno de la Prov. de Jujuy; APN; www.turismo.jujuy.gob.ar).

[3] La Reserva de Biosfera de las Yungas (RBYungas) es un área protegida y un territorio de aprendizaje para el desarrollo sostenible, reconocida por la UNESCO en el año 2002

1.3 Caracterización económica y productiva

La estructura económica de Jujuy se caracteriza por el predominio del sector terciario (69,6% del PBG —el mayor peso relativo de servicios en todo el corredor—), con la administración pública y el comercio como principales motores, sostenidos por dos grandes sectores productivos de proyección internacional: **la agroindustria y la minería.**

Por su parte, el sector primario es relativamente diversificado, con al menos tres producciones fuertes —minería, azúcar y tabaco— y otras primarias secundarias (cítricos y legumbres). Respecto al perfil industrial, en 2021, los principales sectores del PBG industrial fueron: alimentos y bebidas (26%), papel y productos de papel (25,3%) y minerales no metálicos (21,4%).

Por otra parte, la **minería del litio** se ha convertido en el motor de crecimiento más dinámico de la economía provincial. Con grandes proyectos activos en la Puna —como Olaroz y Cauchari-Olaroz— cuyas producciones combinadas superan las 50.000 toneladas anuales de carbonato de litio, Jujuy es el mayor exportador argentino de este mineral estratégico. Las exportaciones provinciales alcanzaron USD 873 millones en 2022 (máximo histórico). Junto al Salar de Atacama (Chile) y el Salar de Uyuni (Bolivia), Jujuy integra el **Triángulo del Litio**, que concentra más de la mitad de los recursos mundiales identificados de litio. La minería en su conjunto explicó el 62% de las exportaciones provinciales en el 2022 (CEPAL, 2023).

En materia de **energías renovables**, el proyecto Cauchari-Olaroz —con más de 300 MW de energía solar fotovoltaica instalada— posiciona a Jujuy como pionera en la transición energética del NOA. El ISAE provincial registró en enero de 2026 una variación interanual del -2,6%, una caída menor que la de 2024 (-7,4%), lo que sugiere una recuperación parcial (DiPEC, 2026).

El **turismo** es uno de los sectores de mayor dinamismo y triple impacto en la economía jujeña: en 2025 generó más de USD 315 millones (7,5% del PBG, según el Anuario 2025 del Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy) y 28.000 puestos de trabajo directos, frente a USD 75 millones (5% del PBG) y 18.000 empleos en 2015 —ilustrando la importante transformación ocurrida en una década—. Esta actividad se desarrolló sobre la base de la riqueza natural del territorio y el patrimonio histórico-cultural, siendo el corredor **Salta-Jujuy** el principal atractivo turístico del norte argentino. Ya en el período 1993-2007, la rama “Hoteles y restaurantes” en Jujuy creció a una tasa promedio anual superior al 8%, duplicando la tasa del PBG (3,7%) (Cepal, 2023).

La estructura productiva de Jujuy incluye sectores con alto potencial de encadenamiento con el turismo, que han dado lugar a una gastronomía de fuerte identidad y proyección: (i) cultivos andinos (quinua, rocoto, yacón, papa criolla, oca, kiwicha, maíz criollo), (ii) ganado andino —llama—, que concentra el 80% de las existencias nacionales (194.787 cabezas según CNA 2018), y cuya carne, cuero y fibra pueden enriquecer la oferta gastronómica y artesanal de los

destinos puneños; (iii) vitivinicultura de altura en la Quebrada de Humahuaca, con la Indicación Geográfica "Quebrada de Humahuaca" reconocida por el INV (2016) y viñedos a más de 3.300 msnm —Viñas de Uquía es el segundo viñedo más alto del mundo—; y (iv) horticultura de primicia en la zona sur provincial (Valle de los Pericos), que abastece mercados nacionales desde el verano hasta fines de la primavera (Cepal, 2023).

1.4 Posicionamiento en el Corredor Bioceánico de Capricornio

Jujuy ocupa una posición nodal dentro del CBC. La provincia es atravesada por la **Sección 2 — Pasos Andinos—**, que conecta el norte de Argentina con Chile a través del **Paso de Jama (RN 52)** y con Bolivia a través del **Paso La Quiaca-Villazón (RN 9).** La conurbación NOA Norte, que incluye a San Salvador de Jujuy junto con las ciudades de Salta y Güemes, constituye una de las seis secciones funcionales identificadas a escala continental en el Estudio de Infraestructura PM-CBC (SLOTT Consulting/BID, 2026).

Desde el punto de vista logístico, Jujuy actúa como el **principal nodo argentino de exportación de litio** hacia los mercados de Asia, Europa y América del Norte, con el Paso de Jama como única salida pavimentada habilitada hacia el Pacífico para el transporte de cargas.[4]

Las entrevistas con referentes gubernamentales refuerzan el posicionamiento de la provincia dentro del CBC, ya que cuenta actualmente con el único paso fronterizo con Chile pavimentado, dotado de complejo integrado y operativo para todo tipo de tránsito. De hecho, el Estudio de Infraestructura del PM-CBC lo destaca entre los tres pasos operativos en el Corredor como el que dispone de la mejor infraestructura, aunque muestra problemáticas operativas y de logística, además de las dificultades de acceso y el desafío de la altura s.n.m. a la que se encuentra.

[4] El Complejo Fronterizo Paso de Sico, el otro paso del CBC entre Argentina y Chile, recuperó en junio 2026 su plena operatividad, habilitando el tránsito de vehículos de carga, particulares y de turismo sin restricciones, tras superar las limitaciones que habían regido en los últimos meses.

Tabla 2. Posicionamiento en el Corredor Bioceánico de Capricornio

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
Rol en el Corredor	Nodo logístico y turístico de tránsito. Principal exportador argentino de litio. Parte de la Conurbación NOA Norte, identificada como sección funcional del CBC a escala continental (PM-CBC, SLOTT/BID, 2026)
Secciones del CBC en Jujuy	Sección 2 — Pasos Andinos (RN 52 → Paso de Jama/Chile). Sección 3 — Conurbación NOA Norte (articulación con Salta). Conexión con Bolivia por RN 9 (Paso La Quiaca-Villazón). Incluye el eje de la RN 34, que cruza Jujuy en sentido sur-norte por los Valles y las Yungas (zona del Ramal jujeño) y, en el norte salteño (cerca de Aguaray y el paraje Campo Durán), empalma con la Ruta Provincial 54, que forma parte del CBC y llega hasta Paraguay.
Municipios clave en el corredor	San Salvador de Jujuy (hub), Palpalá | Perico (zona industrial/franca Perico), Volcán (posta logística), Susques (último centro con servicios antes de Jama), La Quiaca (nodo Bolivia).
Pasos fronterizos habilitados	Paso de Jama (RN 52 / Ruta 27CH; 8:00-23:00 hs): conexión con Chile. Paso La Quiaca-Villazón (RN 9; 7:00-00:00 hs): conexión con Bolivia.
Articulación binacional (Chile)	Paso de Jama: conexión directa con San Pedro de Atacama y Antofagasta. Alto flujo de turistas internacionales que combinan Jujuy-Atacama sin intermediación formal y/o a través de sistema de transfer de agencias de viajes argentinas.

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

Por otro lado, el CBC continúa en la Sección 3 hacia Paraguay por la RN 34 y luego la RP 54, atravesando municipios jujeños y salteños. La RN 34 incluye el tramo entre San Pedro de Jujuy y el límite con Salta (en proceso de duplicación de calzada / autopista) y el tramo entre Caimancito (Dpto. Ledesma) y San Pedro de Jujuy (Dpto. San Pedro).

Secciones del CBC en su trayecto por Jujuy

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting – SPIM, 2026) organiza el recorrido continental del corredor en seis secciones funcionales. La Provincia de Jujuy interviene principalmente en las **Secciones 2 (Pasos Andinos) y 3 (Conurbación NOA Norte), con participación adicional en el ramal noreste** a través del eje RN 34 hacia Libertador General San Martín y el límite con Salta.

Tabla 3. Esquema de secciones de referencia a la tramificación del Corredor

Sección CBC	Trayecto en Jujuy	Descripción funcional	Brechas identificadas (PM-CBC, 2026)
Sección 2 — Pasos Andinos	RN 52: San Salvador de Jujuy → Susques → Paso de Jama	Zona fronteriza de alta montaña con geometría sinuosa y radios de giro cerrados de difícil maniobrabilidad para camiones grandes y no transitables para bitrenes. Los pasos de Jama se encuentran a 4.200 m s.n.m. El TMDA (tránsito medio diario anual) actual en la Cuesta de Lipán es de aproximadamente 500 vehículos. Categorizado como 'eje de conexión' (no corredor de transporte pleno).	Geometría no apta para bitrenes en Cuesta de Lipán. Riesgo de deslizamientos en tramo de pendiente. Escasa disponibilidad de servicios a lo largo del eje. Proyecto de creación de trocha para camiones (2+1) en carril ascendente (PMCBC-CV-025, parte de la cartera de proyectos del Estudio de Infraestructura del PM-CBC).
Sección 3 — Conurbación NOA Norte	RN 9 / RN 34: San Salvador de Jujuy, Palpalá, Perico, San Pedro de Jujuy, Libertador Gral. San Martín	Eje urbano metropolitano Jujuy-Salta. Aeropuerto Internacional Gobernador Horacio Guzmán. Nodo principal de intercambio con Bolivia y norte de Chile. Zona industrial con aduanas, zona franca y puertos secos en Perico y Palpalá. TMDA entre 4.000 y 10.000 con 13% camiones.	Capacidad insuficiente en RN 9 tramo Yala–Purmamarca (PMCBC-CV-024, corto plazo, en estudio). Travesías urbanas conflictivas en Humahuaca (PMCBC-CV-026, USD 8 M) y Libertador General San Martín (PMCBC-CV-028, USD 8,5 M). Accesos al Polo Logístico de Perico sin desarrollo completo (PMCBC-CV-032). Autopista San Pedro–General Güemes en ejecución con avance del 20% (PMCBC-CV-012).
Ramal Puna (eje alternativo y minero)	RP 79: Abra Pampa → Salinas Grandes → RN 52	Eje de conectividad de la Puna norte con función de variante logística para carga minera. Enlaza la RN 9 en Abra Pampa con la zona minera de Salinas Grandes.	Tramos sin pavimentar. Proyecto de ampliación y pavimentación RP 79 (PMCBC-CV-027, USD 65 M, propuesta).

Fuente: Estudio de Infraestructura del PM-CBC.

Municipios, localidades y nodos que atraviesa el CBC en Jujuy

Según el Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026), el corredor recorre 152 municipios en su trayecto continental.

Tabla 4. Municipios, localidades y nodos que atraviesa el CBC en Jujuy

Ramal / Eje del CBC	Municipios y localidades en Jujuy	Departamento
Eje Jama — RN 52 (hacia Chile)	San Salvador de Jujuy	Dr. Manuel Belgrano
	Yala	Dr. Manuel Belgrano
	Purmamarca	Tumbaya
	Susques	Susques
	Paso de Jama / Pueblo de Jama	Susques
Eje RN 9 — Conurbación y Quebrada	Yala	Dr. Manuel Belgrano
	San Salvador de Jujuy (aeropuerto internacional, nodo logístico)	Dr. Manuel Belgrano
	Palpalá (zona franca, puerto seco)	Palpalá
	Perico (puerto seco, polo logístico, zona franca en construcción)	El Carmen
	Volcán (posta camionera prevista)	Tumbaya
	Tilcara	Tilcara
	Humahuaca (travesía urbana crítica)	Humahuaca
	Abra Pampa	Cochinoca
	La Quiaca (paso fronterizo con Bolivia)	Yavi
Eje RN 34 (Valles y Yungas, hacia Paraguay)	San Pedro de Jujuy	San Pedro
	Libertador General San Martín (travesía urbana crítica; Truck Center previsto)	Ledesma
	Ledesma	Ledesma
Eje RP 79 (Puna, ramal minero)	Abra Pampa	Cochinoca
	Salinas Grandes	Cochinoca / Tumbaya

Fuente: Estudio de Infraestructura del PM-CBC, 2026.

La conurbación San Salvador de Jujuy–Perico–Palpalá–San Pedro de Jujuy es identificada por el PM-CBC como parte del principal nodo funcional del corredor en el NOA argentino (Sección 3, Conurbación NOA Norte), compartido con la conurbación Salta–General Güemes. Este nodo concentra el **aeropuerto internacional Gobernador Horacio Guzmán**, la **zona franca e industrial de Perico**, los puertos secos de Perico y Palpalá, y las principales instalaciones aduaneras de la provincia, configurando la plataforma logística de mayor complejidad funcional del CBC en Jujuy.

Desde una perspectiva turística, los dos ejes principales del CBC en Jujuy presentan perfiles diferenciados: El Eje Jama (RN 52) articula los principales destinos de la Puna jujeña —Salinas Grandes, Susques— con el paso internacional hacia San Pedro de Atacama. El Eje de la Quebrada y la Puna norte (RN 9) recorre la Quebrada de Humahuaca —Patrimonio de la

Humanidad UNESCO— conectando los nodos turísticos de Tilcara, Humahuaca y La Quiaca con Bolivia.

1.5 Acuerdos Binacionales con Regiones de Chile

En el marco del fortalecimiento de los vínculos bilaterales asociados al CBC, la Provincia de Jujuy ha suscrito acuerdos institucionales con dos regiones chilenas que tienen relevancia directa para el desarrollo turístico integrado del corredor.

- Acuerdo de Colaboración con el Gobierno Regional de Tarapacá (diciembre 2024): El 18 de diciembre de 2024, el Gobernador de la Provincia de Jujuy, Carlos Alberto Sadir, y el Gobernador Regional de Tarapacá, José Miguel Carvajal Gallardo, suscribieron en Iquique un Acuerdo de Colaboración orientado a fortalecer el desarrollo de los corredores bioceánicos y la integración logística y turística entre ambos territorios. Sus ejes principales son: (1) apertura de mercados y actividades económicas recíprocas; (2) intercambio de experiencias económicas, sociales, culturales y políticas; (3) acercamiento de agentes privados de ambos territorios; (4) transferencia tecnológica y digitalización; (5) formación e investigación académica; y (6) consolidación del corredor bioceánico que une el centro-oeste de Brasil con los puertos del Pacífico norte de Chile. El Gobierno Regional de Tarapacá promueve en ese marco el concepto de Ecosistemas Logísticos, Integrados, Sustentables y Seguros como enfoque de desarrollo regional.

- Declaración de Intenciones con el Gobierno Regional de Arica y Parinacota (diciembre 2023): El 20 de diciembre de 2023, el Gobernador Regional de Arica y Parinacota y el Secretario de Integración Regional y Relaciones Internacionales de Jujuy suscribieron en Arica una Declaración de Intenciones orientada a fortalecer la integración, conectividad y vinculación entre ambas jurisdicciones. Las áreas de cooperación previstas incluyen: conectividad y servicios logísticos, ciencia, tecnología e innovación para nuevas capacidades empresariales, intercambio de conocimientos técnicos, promoción de la educación superior e intercambio deportivo. La declaración tiene una vigencia de 5 años. Su implementación se prevé a través de programas específicos desarrollados conjuntamente por la Secretaría de Integración Regional de Jujuy y la Unidad Regional de Asuntos Internacionales de Arica y Parinacota.

Eje 2 — Oferta turística

2.1 Regiones y destinos turísticos

Jujuy organiza su oferta turística en **cuatro regiones** naturales que coinciden con las grandes unidades geográficas del territorio. Conforme a la definición oficial del Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia (turismo.jujuy.gob.ar), cada región presenta un clima, bioma y perfil de atractivos propio, lo que genera una riqueza cultural y paisajística de alta heterogeneidad. Desde la perspectiva del portal nacional de turismo Argentina Travel, Jujuy es definida como

"*una experiencia de altura teñida de colores y sabores*", destacando la singularidad de poder recorrer la Puna, la Quebrada, los Valles y las Yungas en pocos kilómetros[5].

A diferencia de la Provincia de Salta, donde la ciudad capital concentra la mayor planta de servicios turísticos, en Jujuy es el área de la Quebrada de Humahuaca la que alberga la demanda más consolidada y el 50,2% de las plazas de alojamiento (Anuario Estadístico de la Provincia de Jujuy, 2023).

Por su parte, la Puna se presenta como el gran destino en desarrollo del corredor —con acceso directo al Paso de Jama—, mientras que las Yungas representan el territorio de mayor potencial ecoturístico no desarrollado.

La estrategia provincial de desconcentración (PETS 2035) tiene como objetivo central redistribuir flujos hacia estas regiones. En ese marco, San Salvador de Jujuy atraviesa un proceso de transformación orientado a consolidarse también como un destino turístico en sí mismo. Esta evolución responde a una sostenida política de inversión pública y privada destinada a revalorizar el patrimonio histórico, cultural y urbano, fortaleciendo la experiencia del visitante y ampliando los motivos de permanencia. La recuperación integral del Cabildo Histórico, la puesta en valor del Salón de la Bandera, la creación del Centro Cultural y Museo Lola Mora —llamado a convertirse en uno de los principales íconos culturales del norte argentino—, junto con intervenciones urbanas como el Parque Xibi Xibi, los corredores gastronómicos, el Mercado 6 de Agosto y diversos espacios culturales, configuran una nueva propuesta de ciudad que combina patrimonio, cultura contemporánea, gastronomía y naturaleza. En este contexto, San Salvador busca evolucionar desde su tradicional función de nodo logístico hacia un destino urbano competitivo, capaz de incrementar la estadía media de los visitantes y posicionarse como una de las principales ciudades turísticas del Norte Grande y del Corredor Bioceánico de Capricornio[6].

[5] Fuente: MCyT Jujuy y www.argentina.travel

[6] Plan Estratégico de Turismo Sostenible de la Ciudad de San Salvador de Jujuy. Horizonte 2050. Municipalidad de San Salvador de Jujuy.

Tabla 5. Regiones y destinos turísticos

Región	Destino / Localidad	Dist. SSJ	Principales atractivos y estado de desarrollo
Quebrada de Humahuaca	Purmamarca, Tilcara, Humahuaca, Maimará, Uquía	65-170 km	Patrimonio de la Humanidad UNESCO en la categoría de Paisaje Cultural (2003). Cerro de los 7 Colores, Pucará de Tilcara, Serranías del Hornocal (14 colores, 4.350 msnm), enoturismo, carnaval. Maimará: Best Tourism Village. Servicios: 50,2% de las plazas (6.089 plazas / 253 estab., 2023).
Puna	Susques, Abra Pampa, La Quiaca, Yavi, Valle de la Luna (Cusi Cusi), Salinas Grandes	180-450 km	Alta potencialidad binacional. Acceso directo al Paso de Jama. Salinas Grandes (3.350 msnm), Laguna de los Pozuelos (Sitio Ramsar), astroturismo certificado Starlight (RN 52; extensión prevista a la RN 40), glamping premium. Servicios: 33 establecimientos y 1 agencia.
Valles	San Salvador de Jujuy, El Carmen, Palpalá, Termas de Reyes, Potrero de Yala	0-40 km	Hub de servicios y distribución. 53 de las 66 agencias habilitadas. Importante presencia de establecimientos gastronómicos. Patrimonio histórico, termas, parques provinciales, entorno natural de yungas. Centro de turismo urbano, cultural y MICE.
Yungas	Libertador Gral. San Martín, Valle Grande, Pampichuela, San Francisco, Parque Nacional Calilegua, Termas de Caimancito, Parque Natural Provincial La Reina	112-180 km	Destino incipiente de potencial ecoturístico. Parque Nacional Calilegua (76.306 ha; Reserva de Biósfera UNESCO), Termas del Río Jordán, avifauna, trekking, Qhapaq Ñan. Servicios: 37 establecimientos / 1.089 plazas (2023).

Fuente: elaboración propia.

2.1.1 Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2035 (PETS)[7]

La Provincia de Jujuy cuenta con un **instrumento de planificación sectorial de largo plazo**: el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2035 (PETS), publicado en 2025 y enmarcado en la Ley Provincial N.° 5198, que declara al turismo como política de Estado. El Plan se elaboró a partir de un proceso de diagnóstico integral del sistema turístico provincial, la revisión y actualización de la Estrategia de Turismo de Jujuy existente, y la incorporación de entrevistas con actores clave de los sectores público, privado y comunitario. Contempla un sistema de monitoreo y evaluación continuo, así como un mapa de oportunidades turísticas orientado a facilitar decisiones de inversión y planificación territorial.

Visión, misión y objetivo general

La visión del PETS postula a Jujuy como un ***Destino Turístico Inteligente (DTI), que avanza hacia un modelo de turismo sostenible, inclusivo e innovador, con base en la tecnología, la accesibilidad, la conservación del patrimonio natural y cultural, y una gobernanza colaborativa que integra al sector público, privado, académico y comunitario.***

[7] Fuente: Resumen Ejecutivo del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2035, Secretaría de Turismo de Jujuy, 2025

El objetivo general es impulsar el desarrollo integral del turismo mediante un enfoque sostenible, inclusivo e innovador, posicionando a Jujuy como DTI, garantizando experiencias auténticas, fortaleciendo la identidad local y promoviendo la participación comunitaria, el cuidado del ambiente y la generación de oportunidades económicas, en armonía con principios de accesibilidad, conectividad y equidad territorial.

Diagnóstico base: evolución del turismo provincial

El PETS registra que en 2024 la provincia recibió 1.537.000 turistas, frente a 900.000 en 2015; según el Anuario 2025 del Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy, el crecimiento acumulado de turistas entre 2015 y 2025 fue del 56%. Las pernoctaciones totales ascendieron a 4.274.000 (frente a 1.615.000 en 2015), con una estadía promedio de 2,68 noches. El 89% de los visitantes viaja por ocio, vacaciones y recreación; el 37% accede en avión y el 46%, en automóvil particular (datos de 2025). El 62% de los visitantes conoció Jujuy a través de redes sociales, y el 55% declaró como motivación principal conectar con la naturaleza. La planta hotelera provincial contaba con 12.400 plazas; según el Anuario Estadístico de la Provincia de Jujuy (2023), su distribución entre las cuatro regiones es la siguiente: Quebrada (50,2%), Valles (33,3%), Yungas (9%) y Puna (7,6%).

Estructura territorial: cuatro regiones turísticas

- El PETS estructura la oferta en cuatro regiones con centros de distribución jerarquizados. La Puna, con centros primarios en La Quiaca–Yavi (norte) y Susques (sur) y secundario en Abra Pampa, protege la Reserva Altoandina de la Chinchilla, la Reserva Olaroz–Cauchari y la Reserva de Biósfera Laguna de los Pozuelos, y presenta una cadena de valor con oferta de alojamiento reducida (hosterías y residenciales) y escaso comercio turístico artesanal. La Quebrada de Humahuaca, principal destino provincial (249 alojamientos y 6.006 plazas; Anuario Estadístico de la Provincia de Jujuy, 2023), tiene centro primario en el conglomerado Tilcara–Maimará–Purmamarca y secundario en Humahuaca (Quebrada norte y Qhapaq Ñan), e incluye el Parque Arqueológico Coctaca y el Monumento Natural Laguna de Leandro, además de la declaratoria UNESCO como Paisaje Cultural. Los Valles, con San Salvador de Jujuy como centro primario y centros secundarios en Yala–Lozano, Perico–Monterrico y San Antonio–El Carmen, cuentan con cobertura 4G/5G y fibra óptica y con el Aeropuerto Internacional Gobernador Horacio Guzmán (Perico). Las Yungas, en consolidación, tienen su centro primario en Libertador General San Martín–Calilegua (43 alojamientos y 1.129 plazas; Anuario Estadístico de la Provincia de Jujuy, 2023) y áreas protegidas del Parque Nacional Calilegua, la Reserva de Biósfera de Yungas y el Qhapaq Ñan.

Principios rectores

El PETS se ordena en torno a seis principios rectores: sostenibilidad y preservación; institucionalidad, profesionalización y formalización; ordenamiento del espacio y el territorio; participación y comunidad local; competitividad; y experiencia del turista y adaptabilidad.

Cinco líneas estratégicas

La sección operativa del Plan se organiza en cinco estrategias:

La Estrategia 1 — Institucionalización y Visión Compartida apunta a crear un marco institucional y legal adecuado para el sector, fortalecer la articulación con organismos clave y promover la transversalidad del turismo en la gestión provincial. Sus proyectos previstos incluyen la elaboración, difusión y gobernanza del propio PETS, el fortalecimiento del Organismo Provincial de Turismo (OPT), la implementación del Comité Interinstitucional de Facilitación Turística (CIFAT), y el apoyo a instituciones intermedias del sector privado.

La Estrategia 2 — Desarrollo Equilibrado del Turismo se centra en el ordenamiento espacial turístico, la puesta en valor de atractivos y el desarrollo de productos turísticos innovadores y competitivos, con enfoque en la diversificación de la oferta y la mejora de infraestructura sin generar sobrecargas. Sus proyectos previstos incluyen un Mapa Provincial del Turismo, un Inventario digital de Recursos Turísticos, un Plan de Manejo de Recursos, productos turísticos transversales y regionales, y un Manual de Instalaciones y Señalética Turística.

La Estrategia 3 — Turismo Seguro y Resiliente propone un modelo de turismo integral basado en la seguridad del turista (física, emocional y sanitaria), la competitividad del destino y la innovación tecnológica (inteligencia artificial, big data, realidad aumentada, herramientas móviles). Incluye diversificación de productos, mejora de infraestructura, promoción digital e impulso a segmentos emergentes como el ecoturismo y el turismo de bienestar.

La Estrategia 4 — Protagonistas del Turismo reconoce que el 8% de los empleos registrados en Jujuy se vinculan al turismo, con porcentajes que superan el 30% en algunos destinos. Frente a la alta informalidad laboral —que en la provincia duplica la media nacional— la estrategia prioriza la capacitación continua, la formación profesional de actores locales y la apropiación del patrimonio natural y cultural por parte de las comunidades. Contempla programas de artesanía, talleres de oficios y sensibilización comunitaria.

La Estrategia 5 — Jujuy para el Mundo es la estrategia de posicionamiento y comercialización turística internacional. Se articula a través de un Programa Integral de Promoción y Marketing Turístico cuyos objetivos son conectar a Jujuy con mercados nacionales e internacionales, descentralizar la demanda hacia todas las regiones de la provincia y desestacionalizar la actividad. Sus pilares son la diversidad y amplitud de la oferta, la innovación digital, la investigación de mercados, la comunicación estratégica y las alianzas con actores nacionales e internacionales.

Brechas

El propio PETS identifica un conjunto de brechas estructurales sobre las que el Plan fundamenta su acción. En materia de infraestructura y planta turística, señala que los *caminos secundarios son mayormente de ripio y poco transitables* en condiciones climáticas adversas, que la *señalética turística es insuficiente* en varias regiones y que la conectividad digital, si bien ha mejorado, continúa siendo desigual en el territorio. La *oferta de alojamiento en la Puna es calificada como limitada y de baja calidad*, con predominio de hosterías y residenciales, y se destaca la necesidad de revalorizar el trabajo artesanal tradicional en la Quebrada, donde el comercio turístico tiende hacia la producción industrializada.

En el plano del mercado y el empleo, el PETS identifica la informalidad laboral como uno de los principales desafíos del sector, señalando que gran parte de los nuevos empleos generados carece de estabilidad y regulación. A ello se suma una brecha entre la demanda laboral del turismo y la formación disponible, que el Plan propone abordar mediante el fortalecimiento del Programa Provincial de Capacitación en Turismo (CAPTUR). Desde la perspectiva de la demanda, el documento reconoce una marcada concentración territorial y una pronunciada estacionalidad de la actividad, cuya reversión constituye un objetivo explícito del Programa Integral de Promoción y Marketing.

Finalmente, el Plan reconoce la ausencia de agencias de excursiones locales en la Puna, donde la operación turística se centraliza en otros centros emisores. En materia de sostenibilidad e inversión, el PETS propone como proyectos a desarrollar la medición de huella de plástico y de carbono en empresas turísticas —herramientas que actualmente no existen en el sector provincial— así como el relevamiento sistematizado de necesidades y oportunidades de inversión privada y el incremento de *condiciones normativas e incentivos fiscales* para atraer capital al sector, reconociendo que el marco actual es insuficiente para ese propósito.

2.1.2 Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de San Salvador de Jujuy 2030[8]

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible San Salvador de Jujuy 2030 constituye el instrumento que orienta la política turística municipal para el período 2024-2030. Su formulación se desarrolló mediante un proceso participativo que involucró a más de 900 actores pertenecientes al sector público, privado, académico y a la comunidad local, complementado con relevamientos técnicos, entrevistas, encuestas y el análisis de la oferta y la demanda turística. El Plan plantea como política turística consolidar a San Salvador de Jujuy como un "destino turístico innovador y referente de la región, mediante el desarrollo y la promoción de su identidad, sus atractivos y sus servicios turísticos de calidad, priorizando la sostenibilidad, la inclusión, la innovación y la participación público-privada".

El documento caracteriza a San Salvador de Jujuy como el principal centro de distribución turística de la provincia y como la ciudad turística más desarrollada del territorio provincial,

[8] Fuente: Resumen Ejecutivo del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2035, Secretaría de Turismo de Jujuy, 2025

debido a su capacidad para concentrar servicios administrativos, financieros, sanitarios, comerciales, de transporte y conectividad. Asimismo, señala que la ciudad constituye el principal punto de ingreso del turismo nacional e internacional hacia la provincia y el segundo destino turístico de Jujuy, destacando que en los últimos años experimentó un crecimiento tanto de la oferta como de la demanda, acompañado por un incremento de la ocupación hotelera y por inversiones públicas y privadas orientadas a fortalecer la infraestructura y la planta turística.

En cuanto a la oferta turística, el Plan registra 47 establecimientos de alojamiento con 2.728 plazas hoteleras, 49 agencias de viajes habilitadas, más de 280 establecimientos gastronómicos, 11 museos, 28 espacios culturales y recreativos, seis oficinas de información turística y 81 guías de turismo registrados. Asimismo, identifica una amplia diversidad de productos turísticos vinculados al turismo histórico-cultural, religioso, gastronómico, urbano, de naturaleza, activo, científico, idiomático, educativo, de reuniones y de salud. La propuesta turística comprende tanto el área urbana como el **área rural del municipio**, incorporando sectores como Termas de Reyes, Villa Jardín de Reyes, Guerrero, La Almona, Juan Galán y Tilquiza, además de la articulación con el área metropolitana del Gran Jujuy.

Respecto de la demanda, el Plan informa que la ciudad recibe más de 400.000 visitantes anuales, con una ocupación hotelera promedio del 64,5 % y una estadía media de 2,59 noches. El turismo nacional representa el 92,3 % de la demanda, mientras que el turismo internacional alcanza el 7,7 %. El principal motivo del viaje corresponde al ocio y las vacaciones, y los principales intereses declarados por los visitantes se concentran en el turismo de naturaleza, el turismo cultural y el turismo gastronómico. Asimismo, el documento destaca la mejora de la conectividad aérea mediante vuelos regulares hacia Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Puerto Iguazú y Asunción, además de la importancia de los arribos terrestres tanto por vía automotor como por transporte de pasajeros.

El Plan incorpora el Corredor Bioceánico de Capricornio dentro de la estrategia de posicionamiento de la ciudad. En este sentido, identifica la ubicación de San Salvador de Jujuy sobre el Eje Capricornio como una oportunidad para ampliar mercados nacionales e internacionales, fortalecer la conectividad, captar inversiones y consolidar relaciones con ciudades vinculadas al corredor. Asimismo, plantea entre sus retos y oportunidades la captación de nuevos mercados internacionales asociados al Corredor Bioceánico, junto con la diversificación de la oferta turística mediante nuevos proyectos culturales, hoteleros, museísticos y recreativos.

La estrategia de implementación se estructura en cuatro campos de actuación: Planificación y Desarrollo, Gestión de Calidad, Promoción y Comunicación y Vinculación Estratégica. El primero se orienta a la diversificación de la oferta turística, la creación de nuevos productos y el fortalecimiento de la investigación y el desarrollo. El segundo propone la incorporación de estándares de calidad, sostenibilidad y accesibilidad, además de la creación de un Observatorio Turístico Municipal y programas permanentes de capacitación. El tercero

contempla el desarrollo de la Marca Ciudad, la transformación digital del destino y nuevas estrategias de promoción turística. Finalmente, el campo de Vinculación Estratégica busca fortalecer la articulación entre el sector público, el sector privado, la academia y la comunidad mediante mecanismos de gobernanza y cooperación institucional.

Dentro de los proyectos priorizados, el Plan menciona la puesta en valor de nuevos espacios culturales y turísticos, la implementación del Bus Turístico, la consolidación del Observatorio Turístico Municipal, el diseño de la Marca Ciudad, la digitalización de la gestión turística y el fortalecimiento del turismo en el área rural y metropolitana.

El diagnóstico estratégico identifica, entre las principales **fortalezas**, la oferta turística, cultural y gastronómica permanente, las inversiones en infraestructura cultural, la ubicación geográfica estratégica, el crecimiento sostenido de visitantes, la conectividad aérea, la existencia de recursos naturales y culturales con potencial turístico y la disponibilidad de oferta académica vinculada al turismo. Entre las **debilidades** se señalan la escasa articulación entre los niveles provincial y municipal, la limitada incorporación de la ciudad en la comercialización realizada por agencias receptivas y guías locales, las deficiencias en señalización turística, las limitaciones del transporte urbano, la insuficiencia de infraestructura en algunos sectores con potencial turístico y la baja adopción de herramientas de accesibilidad por parte de algunos prestadores. Finalmente, el documento identifica como amenazas la competencia de otros destinos regionales, particularmente la ciudad de Salta, la comercialización de paquetes turísticos desde esa ciudad, la elevada carga impositiva sobre el sector privado y las dificultades para acceder a determinados recursos turísticos por cuestiones de dominio privado.

2.2 Inventario de atractivos y recursos turísticos

El patrimonio turístico de Jujuy es de alta diversidad y complejidad, articulando recursos naturales, culturales e inmateriales de jerarquía internacional. La **Propuesta Estratégica de la Subsecretaría de Turismo de la Nación** identifica 19 territorios de oportunidad y destinos asociados en la provincia, articulados en torno a las rutas nacionales (RN 9, RN 40, RN 52) y provinciales (RP 1, RP 6, RP 11, RP 73, RP 74 y RP 83).

Tabla 6. Inventario de atractivos y recursos turísticos

Atractivo	Tipología	Región
Quebrada de Humahuaca	Natural/Cultural/Patrimonial	Quebrada
Salinas Grandes	Natural/Paisajístico	Puna (Jujuy/Salta)
Serranías del Hornocal	Natural/Geológico	Quebrada
Laguna de los Pozuelos	Natural/Ambiental	Puna
Valle de la Luna (Cusi Cusi)	Natural/Paisajístico	Puna
Parque Nacional Calilegua	Ecoturístico	Yungas
Qhapaq Ñan – Sistema Vial Andino	Cultural/Patrimonial/Aventura	Quebrada/Yungas
Vinos de extrema altura (IG Quebrada de Humahuaca)	Gastronómico/Enoturístico	Quebrada
Turismo Rural Comunitario	Comunitario/Cultural	Puna/Quebrada/Yungas/Valles
Termas de Reyes y Caimancito	Natural/Bienestar	Valles/Yungas
Éxodo Jujeño (Fiesta Nacional)	Cultural/Histórico	San Salvador de Jujuy

Fuente: elaboración propia.

A partir de las reuniones mantenidas con referentes provinciales y municipales de Jujuy, se identificaron diversos recursos y atractivos turísticos que requieren inversiones y acciones de puesta en valor para potenciar su aprovechamiento turístico. Entre ellos se destacan los recursos arqueológicos de Barrancas; el Parque Botánico de San Salvador y el Parque Provincial Potrero de Yala; así como diversos bienes patrimoniales y culturales, entre los que se encuentran la Casa Lavalle, el Museo Sacro de San Francisco, la Catedral de San Salvador de Jujuy, la Casa del Marqués de Yavi y numerosas iglesias de la Quebrada y la Puna.

2.3 Productos turísticos y experiencias estructuradas

2.3.1 Productos turísticos y experiencias promovidas desde el Gobierno

Entre las iniciativas promovidas por el Gobierno provincial se destacan los siguientes productos turísticos por su aporte al corredor:

Gastronomía identitaria — Sabores con Historia: La Provincia de Jujuy viene impulsando una estrategia integral de valorización de su **patrimonio gastronómico c**omo componente de identidad cultural, desarrollo territorial y diversificación de la oferta turística. A través de iniciativas como el programa "**Sabores con Historia**", la promoción de productos locales, festivales gastronómicos y la participación en encuentros nacionales del sector, se busca posicionar a la gastronomía jujeña como una expresión auténtica de sus cuatro regiones turísticas.

Astroturismo — Ruta de los Cielos: El astroturismo ha tomado un fuerte impulso en 2025-2026, constituyéndose como uno de los ejes estratégicos de la oferta puneña y un diferenciador clave en el CBC. Entre los avances se destacan la inauguración del Centro de Observación Astronómica de Susques (COAS), la Certificación Internacional Starlight a la RN

52 que está certificada como “Ruta de los Cielos Jujeños” (y cuya certificación se espera extender a la RN 40), el Observatorio de Olaroz Chico (4.000+ msnm) consolidado como referencia científica y turística y, en especial, la existencia de dos prestadores registrados. El glamping Prestine Camps de Salinas Grandes, referente del turismo de alta gama, ofrece experiencias con astroturismo.

Corredor Verde (Yungas, RN 34): La Secretaría de Turismo está desarrollando el ‘Corredor Verde’, enlazando las reservas y parques nacionales de las Yungas con turismo activo y de naturaleza sobre el eje de la RN 34. Se identificaron nueve recursos principales, entre ellos: Parque Nacional Calilegua, Parque Natural Provincial La Reina (San Pedro de Jujuy) y las localidades del ramal jujeño (Santa Clara, El Fuerte, Villamonte, Palma Sola, El Piquete). El corredor también se enmarca en el proyecto Travesía Capricornio: Impacto Verde (financiado por la Unión Europea). Las Yungas son identificadas por la Secretaría de Turismo local como diferencial de alto valor para el mercado chileno.

Tren Solar de la Quebrada: El Tren Solar de la Quebrada, el primero en Latinoamérica impulsado por energía solar y baterías de litio, inició sus viajes comerciales el 18 de junio de 2024 en Jujuy, Argentina. Este transporte turístico recorre 42 kilómetros a través de la Quebrada de Humahuaca bajo la modalidad “experiencia libre”, la cual permite a los pasajeros descender y recorrer los pueblos a su propio ritmo. El itinerario conecta cinco estaciones clave que unen la zona de valles con la puna: comienza en Volcán, continúa por Tumbaya, Purmamarca y Maimará, para finalmente concluir su trayecto en la histórica localidad de Tilcara a 2.465 metros sobre el nivel del mar. En cuanto a sus estadísticas y características técnicas, el tren cuenta con dos dobles que ofrecen una capacidad total para 144 pasajeros sentados, con vistas panorámicas de 360 grados gracias a sus amplios ventanales. Al ser un transporte sustentable de paseo, sus baterías se recargan de forma limpia con energía proveniente del Parque Solar Cauchari. El viaje completo de punta a punta toma aproximadamente 2 horas y 40 minutos. El Tren Solar constituye una experiencia que combina tecnología de bajas emisiones con el desarrollo turístico regional. El Tren es considerado por la Secretaría de Turismo un instrumento clave para aumentar la estadía media en la Quebrada y los proyectos a futuro incluyen la extensión de las terminales hacia Humahuaca.

Ruta del Vino: La Ruta del Vino articula bodegas, viñedos, gastronomía, alojamiento y experiencias culturales en la Quebrada de Humahuaca y los Valles Templados. Su principal diferencial es la producción de vinos de altura y extrema altura, complementada con degustaciones, maridajes, visitas guiadas, eventos y propuestas de turismo rural. La ruta contribuye a diversificar la oferta turística provincial, fortalecer la identidad territorial y generar oportunidades para el desarrollo económico local.

Jujuy en moto: Producto turístico orientado al segmento de motoviajeros que integra rutas escénicas que atraviesan las cuatro regiones turísticas de Jujuy. El producto se apoya en una red de rutas nacionales y provinciales, complementada con información sobre servicios para

el viajero, incluyendo alojamiento, combustible, asistencia mecánica, cajeros automáticos e información turística. Asimismo, promueve circuitos de larga distancia vinculados con Bolivia, Chile y otras provincias argentinas, consolidando a Jujuy como una puerta de entrada estratégica para el turismo de motocicleta en el Corredor Andino y el Norte Grande Argentino.

Sede de eventos deportivos y culturales: La provincia ha consolidado un posicionamiento creciente como anfitriona de eventos culturales y deportivos de alcance nacional e internacional, aprovechando la singularidad de sus paisajes, su riqueza patrimonial y su capacidad de organización. Destacan celebraciones emblemáticas como el Carnaval de la Quebrada de Humahuaca y el Festival Internacional de Cine de las Alturas, así como competencias deportivas de relevancia como el Raid de los Andes y eventos internacionales vinculados al deporte de aventura y resistencia. Esta agenda contribuye a fortalecer la visibilidad del destino, dinamizar las economías locales, diversificar la oferta turística y generar flujos de visitantes durante distintos momentos del año, favoreciendo la desestacionalización de la demanda.

Impulso al posicionamiento internacional de destinos rurales a través de la Convocatoria Best Tourism Village: Jujuy ha desarrollado una estrategia sostenida de promoción de pequeñas localidades rurales a través de su participación en el programa Best Tourism Villages de ONU Turismo, una de las principales iniciativas internacionales orientadas al reconocimiento de destinos rurales sostenibles. Los resultados obtenidos posicionan a la provincia como referente nacional en esta materia: **Caspalá** fue distinguida como Best Tourism Village en 2021, **Maimará** obtuvo el reconocimiento mundial en 2025 y, en forma continua, nuevas localidades han sido postuladas para representar a la provincia y al país, incluyendo Yavi, Yala, Barrancas, El Fuerte, Huacalera, San Antonio y San Francisco de Alfarcito.

Turismo rural comunitario

La provincia de Jujuy presenta uno de los procesos más consolidados de turismo rural comunitario de Argentina, sustentado en políticas públicas orientadas al fortalecimiento de emprendimientos gestionados por comunidades locales y pueblos originarios. En la actualidad, la oferta se promociona a través del portal oficial del Ministerio de Cultura y Turismo y se complementa con la plataforma **Turismo Rural Jujuy (https://turismoruraljujuy.com.ar/)**, impulsada por el área de Economía Popular, que reúne más de 120 emprendimientos distribuidos en la Puna, la Quebrada y las Yungas.

La plataforma organiza la oferta por regiones y tipologías de servicios, incluyendo alojamientos, gastronomía, guías locales, artesanías, experiencias vivenciales y actividades rurales, facilitando la comercialización y visibilización de los emprendimientos comunitarios. El catálogo visibiliza oferta en la Puna, la Quebrada de Humahuaca, los Valles y las Yungas a través de la Red Espejo de Sal, Red Comisión Municipal Nuevo Pirquitas, Red Comisión Municipal Cusi Cusi, Red Comisión Municipal Susques, Red Comisión Municipal Santa Catalina,

Red de Turismo Comunitario Abra Pampa, Red de Turismo Comunitario Alto Valle, Red de Turismo Rural y Comunitario Ruta Provincial 83, Red de Turismo Rural Comunitario Palma Sola - El Fuerte, Turismo Comunitario Hornaditas y Ocumazo, Turismo Comunitario Tres Cruces y Turismo Comunitario Purmamarca.

Asimismo, el **Plan Estratégico de Turismo Sostenible Jujuy 2035** incorpora la participación comunitaria, la inclusión y el fortalecimiento de las capacidades locales como principios para el desarrollo turístico provincial, consolidando al turismo rural comunitario como un instrumento de desarrollo territorial.

2.4 Propuesta de Circuitos Turísticos Integrados — AJAVYT

La **Asociación Jujeña de Agencias de Viajes y Turismo (AJAVYT)** presentó recientemente una propuesta de circuitos turísticos binacionales que parte de alianzas con receptivos de San Pedro de Atacama. El modelo opera con circuitos espejo: Argentina gestiona hasta el Paso de Jama, y San Pedro coordina la continuidad hacia el Pacífico, debido a las regulaciones del transporte y guiado turístico en cada región. Las agencias operadoras son: Las Salinas, Nortexplorer, Norterama, Canela Trekking, Paisajes Místicos y Capricornio Expediciones.

Tabla 7. Propuesta de Circuitos Turísticos Integrados — AJAVYT

Circuito	Duración	Descripción
C1: Quebrada y Termas Reyes	4D/3N	Paso Jama → SSJ (city tour) → Quebrada UNESCO (Tren Solar, Purmamarca, Humahuaca, bodega de altura Yacoraite) → Termas de Reyes (wellness) → Salida Jujuy/Salta.
C2: Jujuy Integral	4D/3N	Arribo Jujuy (city tour) → Humahuaca + Hornocal → Tren Solar. Opcional conexión a San Pedro de Atacama vía Jama (380 km / 9h).
C3: Quebrada + Selva Jujeña	5D/4N	Paso Jama → Jujuy → Quebrada UNESCO + Hornocal → Parque Calilegua (Yungas) → Termas del Río Jordán (mayo-nov, alta exigencia) → Salida Jujuy/Salta.
C4: Jujuy-Salta Integral	8D/7N	Producto clásico NOA. Jujuy (Humahuaca + Hornocal + Salinas + Tren Solar + Bodega) → Salta (city tour + Cafayate/Ruta del Vino + Cachi/Cuesta del Obispo). Combina Quebrada con Valles Calchaquíes.
C5: San Pedro de Atacama	5D/4N	Operado por agencia receptiva chilena. Valle de la Luna → Termas Puritama + Laguna Cejar → Lagunas Altiplánicas + Salar de Atacama → Géiseres del Tatio → Ruta Salares + Tour Astronómico → Calama/Antofagasta/Iquique.
C6: Antofagasta (extensión)	4D/3N	Avistaje de ballenas, parapente, biking, trekking.
C7: Iquique (extensión)	4D/3N	Tours de compras – ZOFRI – playa. Circuitos de naturaleza y culturales.

Fuente: AJAVYT, 2026.

Esta propuesta representa un relevante **antecedente de empaquetamiento comercial binacional en el corredor**, con circuitos técnicamente armados y listos para comercializar.

En las reuniones mantenidas con referentes del sector privado se destacó que, desde la perspectiva del turismo emisivo, existe un importante interés del mercado jujeño por los destinos del norte de Chile, especialmente Iquique y Antofagasta. Durante la temporada estival se han comercializado paquetes turísticos aprovechando incluso los vuelos chárter operados desde Salta. Asimismo, se ofrecen alternativas de transporte terrestre mediante servicios regulares como Andesmar, que conecta Salta y Jujuy con San Pedro de Atacama y Calama. No obstante, los entrevistados señalaron que este tipo de transporte responde principalmente a una necesidad de conectividad, ya que no permite desarrollar una experiencia turística integral sobre la ruta escénica, incluyendo paradas en miradores, atractivos paisajísticos y otros puntos de interés del recorrido.

Desde el punto de vista del turismo receptivo, indicaron que varias agencias jujeñas mantienen vínculos consolidados con operadores de San Pedro de Atacama, principalmente a través de "circuitos espejo", que en algunos casos incorporan también destinos bolivianos como Uyuni. Este esquema consiste en que cada operador turístico trabaja dentro de su propio país y traslada a los pasajeros hasta la frontera, donde son recibidos por la contraparte del otro lado para continuar el recorrido. Si bien este mecanismo permite sortear las restricciones normativas vigentes, **genera importantes ineficiencias operativas y mayores costos**, ya que los vehículos suelen regresar vacíos a su lugar de origen. En este contexto, los empresarios manifestaron la necesidad de **avanzar en la flexibilización de determinados procedimientos aduaneros y de las normativas aplicables al transporte turístico internacional**, a fin de favorecer una mayor integración de los circuitos y mejorar su competitividad.

Los entrevistados señalaron que los principales clientes de estos circuitos integrados son turistas internacionales, aunque también son comercializados a través de DMC argentinos. Sin embargo, reconocen que es más frecuente el flujo de pasajeros desde Argentina hacia Chile que en sentido inverso. Asimismo, destacaron que una parte importante de la comercialización de San Pedro de Atacama se realiza a través de DMC radicados en Santiago de Chile, por lo que consideran estratégico fortalecer vínculos con estos actores.

En relación con el fortalecimiento de la integración turística regional, manifestaron interés en promover encuentros empresariales, rondas de negocios y otras instancias de vinculación que permitan consolidar las relaciones comerciales existentes y generar nuevas oportunidades de cooperación. Destacaron que la confianza entre operadores constituye un factor clave para el desarrollo de negocios conjuntos y que las instancias presenciales favorecen significativamente la construcción de estas relaciones. También señalaron el potencial de explorar nuevos productos turísticos complementarios con prestadores chilenos, mencionando como ejemplo las experiencias de avistaje de ballenas en la región de Antofagasta.

Por otra parte, recordaron experiencias previas de articulación con empresas mineras, identificándose como un segmento con potencial para futuras acciones conjuntas.

Como estrategia de fortalecimiento comercial, propusieron trabajar en tres niveles complementarios: (1) el relacionamiento con DMC de Santiago y Buenos Aires; (2) la vinculación directa con operadores de San Pedro de Atacama y otros destinos del norte de Chile; y (3) el desarrollo de alianzas con empresas mineras.

Finalmente, valoraron positivamente las acciones de promoción y comercialización desarrolladas con Paraguay a partir de la conectividad aérea de Paranair, incluyendo la participación en ferias y viajes de familiarización con operadores paraguayos.

2.5 Planta de servicios turísticos

En 2023, la provincia contaba con 417 establecimientos de alojamiento habilitados y 12.137 plazas, representando un crecimiento del 31% respecto a 2013. La tasa de ocupación alcanzó el 60,3% en 2023 y el 54% en la temporada 2025.

El turismo en la provincia exhibe una estructura hotelera en la cual predominan los alojamientos chicos de pocas plazas, en su mayoría de propietarios jujeños, con escasa presencia de cadenas, lo que facilita la inserción de las comunidades locales en la oferta turística.

Tabla 8. Planta de servicios turísticos

Indicador	Dato (fuente y año)
Plazas de alojamiento totales	12.137 plazas / 417 establecimientos (2023).
Distribución regional (2023)	Quebrada 50% | Valles 33% | Yungas 9% | Puna 7% de las plazas (2023).
Categorías de alojamiento	Hoteles 1-4 estrellas, hosterías, hostales, cabañas, glampings
Estadía media (noches)	2,89 noches (2025)
Agencias de viaje habilitadas	66 agencias (2023): 53 en Valles, 9 en Quebrada, 3 en Yungas, 1 en Puna.

Fuente: Anuario Estadístico de la Provincia de Jujuy y Anuario 2025 del Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy.

En relación con los servicios turísticos, los referentes consultados coincidieron en la necesidad de ampliar y diversificar actividades y experiencias, fortalecer los comercios orientados al visitante y las propuestas de alta gama y familiares, y avanzar con un Centro de Convenciones (localización en evaluación). Identificaron limitaciones de infraestructura básica —gas, energía eléctrica y servicios esenciales— particularmente en la Quebrada, la Puna y localidades como Susques y Jama, donde la capacidad de alojamiento es limitadas y resulta necesario diferenciar la oferta para transportistas de la orientada a turistas. Asimismo, se señaló la conveniencia de una estación de servicios en Volcán y, en San Salvador de Jujuy, de áreas de servicios y campings para motorhomes, un bus turístico urbano y el fortalecimiento de la señalética turística provincial.

El sector privado subrayó la importancia de elevar los estándares de calidad de los servicios —considerando que San Pedro de Atacama cuenta con una oferta de nivel internacional— y expresó su preocupación por el crecimiento de la informalidad y los bajos estándares de

alojamiento en localidades como Susques, que limitan la competitividad del destino, y señaló que el ordenamiento territorial, la planificación y el fortalecimiento de los controles aportarían previsibilidad para atraer operadores de mayor escala y calidad.

Asimismo, propusieron posicionar la RN 52 como experiencia turística en sí misma —'ruta escénica'—, incorporando miradores, áreas de detención segura, señalética interpretativa y puntos de observación paisajística, planificados en estrecha articulación con los organismos viales y de seguridad para no generar riesgos a la circulación.

Eje 3 — Infraestructura y conectividad

3.1 Conectividad aérea

El Aeropuerto Internacional Gobernador Horacio Guzmán (JUJ), ubicado en Perico (RP N°66), es el único aeropuerto internacional de la provincia y el **3° del NOA y 14° del país** por pasajeros. Movilizó 493.000 pasajeros en 2025 (511.000 en 2024), un 145% más que en 2015, según el Anuario 2025 del Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. Las aerolíneas operativas son Aerolíneas Argentinas (25 frecuencias/sem.), FlyBondi (21) y Paranair (2), totalizando 48 frecuencias semanales. La primera ruta internacional regular activa es **Jujuy-Paraguay/Paranair.**

En materia de infraestructura, el aeropuerto fue ampliado y modernizado integralmente y cuenta con una terminal de 8.540 m² en dos plantas, ampliación de plataformas, nueva torre de control, modernización del patio de equipajes y nuevos estacionamientos.

Nuevos vuelos

En el primer semestre de 2026 se anunció un vuelo internacional directo entre Jujuy e Iquique, operado por Paranair con dos frecuencias semanales, que a la fecha no ha comenzado a operar. De concretarse, revestirá especial relevancia estratégica para el CBC, al favorecer la conectividad transfronteriza directa con la Región de Tarapacá (Chile).

A estas gestiones se suma el vuelo Córdoba-Jujuy (Flybondi, desde abril de 2026, tres frecuencias semanales), así como el anuncio de la incorporación de Joy Airlines, que prevé operar vuelos entre Jujuy, Buenos Aires y Córdoba utilizando el aeropuerto provincial como una de sus bases, y del regreso de JetSMART con vuelos diarios a Buenos Aires a partir de octubre de 2026.

En las reuniones mantenidas, los referentes del sector público expresaron la importancia de sumar vuelos que permitan conectar con la Ciudad de Campo Grande, en Brasil, el otro punto de inicio del CBC.

3.2 Conectividad terrestre

Jujuy está conectada por cuatro rutas nacionales estructurantes: la **RN 9** (corredor norte-sur, SSJ-La Quiaca-Bolivia), la **RN 52** (eje binacional hacia el Paso de Jama/Chile, totalmente asfaltada), la **RN 40** (Puna) y la **RN 34** (Yungas y Salta). La red de rutas nacionales totaliza 1.189 km (63% pavimentados); la red provincial comprende 3.733 km (80% tierra).

El Estudio PM-CBC identifica como proyectos prioritarios: **Optimización de la Cuesta de Lipán** (RN 52) (PMCBC-CV-025, corto plazo), Ampliación RN 9 Yala-Purmamarca (PMCBC-CV-024, corto plazo), Bypass Humahuaca (PMCBC-CV-026, USD 8 M, mediano plazo), RP 79 Abra Pampa-Salinas Grandes (PMCBC-CV-027, USD 65 M, mediano plazo), postas camioneras en Volcán y Susques (PMCBC-AT-058, USD 18 M) y Truck Center en Libertador Gral. San Martín (PMCBC-AT-059).

En cuanto a **transporte internacional de pasajeros**, **Andesmar** opera un servicio SSJ/Salta → Purmamarca → Susques → Jama → San Pedro de Atacama → Calama (11h 30m, 5-6 salidas semanales); **Pullman Bus** presta servicio complementario Salta → San Pedro de Atacama → Calama.

3.3 Pasos fronterizos

El **Paso de Jama** (RN 52 / Ruta 27CH, 4.200 msnm) es el principal nodo binacional del corredor, conectando Susques con San Pedro de Atacama. Opera de 8:00 a 23:00 hs, está pavimentado en ambos lados de la frontera y dispone de estación de combustible. Es el único paso pavimentado del CBC habilitado para el tránsito internacional de cargas hacia el Pacífico y el principal acceso terrestre para turistas internacionales que combinan Atacama-Jujuy/Salta. Cuenta con Área de Control Integrado (ACI) con operación coordinada de migraciones, aduana, seguridad y controles fitosanitarios.

El Estudio de Infraestructura y el Informe de Facilitación del Comercio del PM-CBC (2026) identifican oportunidades de mejora prioritarias en el paso integrado (véase Informe, 5.1.1, Tabla 7).

En este punto, el crecimiento sostenido del transporte internacional de cargas a través del Paso de Jama, sumado a la intensa operatividad de la actividad minera que utiliza la Ruta Nacional 52 como corredor logístico, ha generado nuevas dinámicas de circulación en la Puna jujeña. Si bien estos flujos resultan fundamentales para la integración regional y el desarrollo económico, también **plantean desafíos** en términos de convivencia con otras actividades que comparten el territorio, particularmente el turismo.

La RN 52 constituye además uno de los principales corredores turísticos del Norte Argentino, reconocido por sus paisajes escénicos de alta calidad, que atraen visitantes nacionales e internacionales en busca de experiencias asociadas a la naturaleza, la contemplación y el disfrute seguro del entorno. En este contexto, el incremento del tránsito pesado, las paradas

operativas y las pernoctaciones de camiones en localidades de pequeña escala como Volcán y Susques han generado situaciones de congestión, ocupación del espacio público y desordenamiento funcional que afectan tanto la calidad de vida de los residentes como la experiencia de los turistas.

Esta situación ha sido identificada como una **preocupación recurrente** por actores públicos y privados de la Provincia. El sector privado, de hecho, lo considera crítico y manifiesta su preocupación de que esta situación se traslade hasta localidades como Purmamarca.

En respuesta a ello, los proyectos incluidos en el Estudio de Infraestructura del PM-CBC, tales como las postas camioneras de Volcán y Susques y el Truck Center de Libertador General San Martín, adquieren especial relevancia. Estas iniciativas buscan concentrar y ordenar los servicios destinados al transporte de cargas mediante espacios específicamente diseñados para el descanso, asistencia y operación de los transportistas, mejorando la seguridad de conductores y mercancías. En ese marco, se mencionan incluso iniciativas preliminares para construir una variante a la Cuesta de Lipán.

3.4 Conectividad digital

La cobertura 4G/5G se concentra en San Salvador de Jujuy y los principales corredores viales (RN 9 hasta Humahuaca, RN 34 en los Valles orientales). La conexión a internet en el Paso de Jama es inestable e insuficiente, lo que impide el uso del Certificado de Origen Digital (COD), el sistema e-Phyto fitosanitario y otras plataformas digitales de tramitación, obligando a documentación en papel. El Estudio PM-CBC identifica proyectos de conectividad satelital (PMCBC-RS-099, USD 2,5 M) y fibra óptica como prioritarios.

Eje 4 — Demanda turística

4.1 Estadísticas de demanda

La provincia de Jujuy registró en 2025 más de **1,4 millones de arribos turísticos**, con un crecimiento acumulado del 56% respecto a 2015 (cuando se registraban 900.000 llegadas). Los pernoctes ascendieron a 4.035.717 en 2025 (crecimiento acumulado 150% vs. 2015). La estadía media de 2,89 noches (verano 2025) refleja una tendencia al alza constante desde 1,71 en 2015. El impacto económico superó los **USD 315 millones** (7,5% del PBG provincial) y se generaron **28.000 puestos de trabajo directos**. (DiPEC 2024; MCT Jujuy 2025)

Tabla 9. Estadísticas de demanda

Indicador	Dato
Turistas anuales	2025: +1.400.000. Crecimiento +56% vs. 2015.
Pernoctes totales	2023: 4.341.313. 2025: 4.035.717.
Estadía media (noches)	2,89 noches (verano 2025); 2,84 (2023).
Tasa de ocupación hotelera	60,3% (2023); 54% (2025); 49% (2019).
Impacto económico	USD 315 M (2025) = 7,5% PBG. 28.000 puestos directos.

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

4.2 Perfil del visitante y motivaciones

El turismo es predominantemente **nacional (81%)**, con Buenos Aires como principal mercado emisor (54%), seguido por Córdoba (10%), Santa Fe (6%), Salta (5%) y Tucumán (3%). El **turismo internacional (19%)** está liderado por Brasil (18%), Francia-España (14%), **Chile (8%)**, Uruguay (7%) y Alemania (6%), lo que posiciona a Chile como el tercer mercado internacional —con alto potencial de circuitos binacionales estructurados—. Brasil y Europa representan mercados de larga distancia con mayores estadías y gastos.

Las actividades de interés predominantes son **turismo de naturaleza (44%)**, turismo cultural (31%) y gastronomía (20%), en alta coincidencia con la oferta del corredor binacional Atacama-Jujuy. El **61% accede en automóvil** (perfil itinerante; muchos procedentes de Salta, NOA o Chile), el 18% por avión y el 16% en colectivo. El **54% ya había visitado Jujuy** anteriormente (36% más de 4 veces), reflejando una sólida fidelización. El 6% declaró estar 'de paso' hacia otro destino, sugiriendo flujos binacionales (Atacama-Jujuy y Bolivia-Jujuy) sin estadía estructurada —una oportunidad de conversión identificada—.

A partir de los datos cuantitativos aportados por la Filial de Jujuy de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT) —entidad que agrupa a la hotelería de alta gama, de escala boutique y sustentable y que en Jujuy integra a 18 hoteles—, se describen las variables del perfil de la demanda según su origen y motivación. En lo que respecta a la procedencia de los huéspedes, en mayo 2026, el mercado se encuentra dominado por el turismo nacional, que representa el 64% del total de las respuestas. Por su parte, el turismo internacional se distribuye principalmente entre Europa, Brasil, EE. UU. y Canadá, que en conjunto explican casi el 70% de los huéspedes extranjeros. Se advierte que los hoteles ubicados en la Quebrada de Humahuaca cuentan con un mayor porcentaje de turistas extranjeros que el resto.

Los empresarios turísticos jujeños identificaron como mercados con mayor potencial para los circuitos integrados que vinculan la Puna argentina con el Desierto de Atacama a Europa y Brasil, destacando además oportunidades crecientes en Estados Unidos y Canadá. Asimismo, señalaron que algunos de estos mercados, particularmente Estados Unidos y Canadá, vienen

registrando un crecimiento gradual en la demanda hacia la región aún sin la implementación de estrategias formales de promoción y captación.

En este marco, destacaron la importancia de profundizar los estudios de mercado y las acciones de inteligencia comercial, con el fin de comprender mejor las características, motivaciones y tendencias de los segmentos prioritarios, identificar nichos de demanda específicos y orientar de manera más eficiente las estrategias de promoción internacional de los circuitos integrados. Consideran que una **mayor prospectiva de mercados** permitiría optimizar los esfuerzos de promoción, fortalecer la articulación con operadores especializados y priorizar aquellos mercados con mayores posibilidades de crecimiento y conversión comercial.

Eje 5 — Comercialización y posicionamiento

5.1 Canales, plataformas y presencia digital

La comercialización del turismo en Jujuy se apoya en tres canales principales: agencias de viaje tradicionales concentradas en San Salvador de Jujuy (53 de las 66 agencias habilitadas), OTAs (Booking, Airbnb, Despegar, entre otros) y venta directa (a través de redes sociales, guías de turismo y/o en el local de ventas).

El **68% de los visitantes** conoció el destino a través de internet y redes sociales; el 19% por recomendación de conocidos y el 11% por experiencias previas. (MCyT Jujuy, 2025)

La marca **'Jujuy, Energía Viva'** (lanzada en 2017 y mantenida actualmente) se promueve a través de @visitjujuy (Instagram: 431.000 seguidores; Facebook: 358.000) y el portal **turismo.jujuy.gob.ar**. Las principales campañas incluyen: 'Jujuy, un destino de película' (2022, que tuvo alta circulación nacional e internacional), 'Dale la vuelta a Jujuy' (2022-2023), 'Devoción en las Alturas' (Semana Santa) y campañas asociadas al Tren Solar y/o eventos. La participación en ferias y los FAM TOURS/PRESS TRIPS son parte de la estrategia de posicionamiento nacional e internacional.

Jujuy trabaja en diferentes estrategias que apuntan al posicionamiento turístico basado en cinco pilares: (i) una identidad territorial fuertemente diferenciada, sustentada en el patrimonio natural y cultural, expresada a través de su marca; (ii) la articulación público-privada para la promoción y comercialización; (iii) la diversificación de productos turísticos innovadores; (iv) el fortalecimiento de la conectividad y la accesibilidad; y (v) una creciente internacionalización a través de la participación en ferias internacionales, acciones comerciales y herramientas digitales. En este marco, durante los últimos años Jujuy ha mantenido una presencia sostenida en los principales espacios de promoción turística internacional, integrando los stands institucionales de Argentina organizados por el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR). Entre las acciones más relevantes se destacan su participación en la Feria Internacional de Turismo de Berlín (ITB 2025), uno de los eventos más importantes de la industria turística a nivel mundial; en la WTM Latin America, realizada

en São Paulo (Brasil), orientada al mercado brasileño y latinoamericano; así como en FITPAR, dirigida al mercado paraguayo, y en IFTM Top Resa, una de las principales ferias profesionales de turismo de Francia.

En el plano de la integración regional, Jujuy actuó como anfitrión del VII Foro del Corredor Bioceánico de Capricornio (octubre 2025), reuniendo a más de 400 funcionarios y representantes del sector privado de los cuatro países del corredor. También participa en foros y encuentros de comercialización del Norte Argentino.

Avances en articulación comercial

La propuesta de circuitos binacionales de AJAVYT (mencionados en sección 2.4) representa el primer antecedente concreto de articulación comercial formal entre operadores jujeños y chilenos. La estrategia contempla: ampliar la cobertura geográfica hasta Antofagasta e Iquique; desplegar ofertas cruzadas; y potenciar el corredor en mercados meta extranjeros (Europa, Brasil). El objetivo declarado es transformar el Paso de Jama en un producto turístico binacional con estándares unificados.

Por otro lado, la ZOFRI (Zona Franca de Iquique, Chile) abrió una oficina en San Salvador de Jujuy, consolidando una alianza estratégica que conecta los mercados comerciales del norte de Chile con el NOA argentino. Esta presencia institucional refuerza los vínculos turístico-comerciales del corredor, especialmente en el contexto del vuelo directo Jujuy–Iquique, anunciados en el primer semestre de 2026, que a la fecha no ha comenzado a operar.

Tabla 10. Canales, plataformas y presencia digital

Dimensión	Situación actual
Marca y posicionamiento	'Jujuy, Energía Viva' (desde 2017)
Web oficial	turismo.jujuy.gob.ar
Redes sociales	Instagram @visitjujuy: 431.000 seguidores | Facebook: 358.000 seguidores | YouTube @VisitJujuy: 2.350 suscriptores / 141 videos.
Canales de venta predominantes	Agencias tradicionales, OTAs, venta directa/RRSS

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

5.2 Presencia de la oferta de turismo de Jujuy en la cartera comercial de DMC, operadores y agencias de viajes

Principales circuitos turísticos comercializados por las agencias de viajes de Jujuy

A partir del relevamiento de la oferta comercial publicada por agencias receptivas de Jujuy[9], complementada con la oferta de operadores mayoristas con presencia en el NOA y el registro

[9] Entre ellas: ADN Travel, Purmatur, Norterama, NorteXplorer y Runa Tour, complementada con la oferta de operadores mayoristas con presencia en el NOA (como Nordic Travel y Uma Travel), OTAS como la plataforma Civitatis.

oficial de agencias asociadas a AJAVYT, se observa que los circuitos más comercializados son los siguientes, con indicación de su nivel de comercialización (alta, media o creciente):

- Purmamarca – Cerro de los Siete Colores – Salinas Grandes (alta)
- Quebrada de Humahuaca (Tilcara – Humahuaca – Uquía – Maimará) (alta)
- Cerro Hornocal (alta)
- Lagunas de Yala y Termas de Reyes (media)
- Yavi y La Quiaca (media)
- City Tour San Salvador de Jujuy (media)
- Tren Solar de la Quebrada (creciente)
- Trekking y senderismo (media)

La **Quebrada de Humahuaca** constituye claramente el eje estructurante de la oferta receptiva. Casi todas las agencias ofrecen excursiones de uno o varios días que combinan Purmamarca, Tilcara, Maimará, Uquía y Humahuaca, incorporando como un atractivo destacado el Cerro Hornocal. Estos recorridos aparecen como el producto "clásico" de Jujuy y concentran la mayor parte de la promoción comercial.

El segundo producto más consolidado corresponde a **Salinas Grandes**, combinado con Purmamarca y la Cuesta de Lipán, ya que por allí se accede a las Salinas. La comercialización responde a un formato de excursión de día completo desde San Salvador de Jujuy, Tilcara o Purmamarca, siendo uno de los paseos más repetidos tanto por agencias locales como por operadores salteños y nacionales y plataformas internacionales.

Se observa además un crecimiento de productos asociados al **Tren Solar de la Quebrada**, que varias agencias incorporan como experiencia independiente o combinada con excursiones tradicionales. Este producto aparece como una de las principales novedades de la oferta turística reciente de Jujuy.

Cabe señalar que el relevamiento de agencias receptivas tradicionales evidencia principalmente la oferta de excursiones regulares de alta demanda. No obstante, existen otros productos turísticos de alto valor agregado que son c**omercializados por operadores especializados y orientados a segmentos específicos**, entre ellos la **Ruta del Vino de Jujuy,** las **travesías de trekking Tilcara–Calilegua**, las termas del Río Jordán, expediciones a **Laguna de los Pozuelos, Cusi Cusi,** experiencias de mountain bike, observación de naturaleza y otros programas de aventura y de turismo rural comunitario. Si bien estas propuestas poseen un importante potencial para diversificar la oferta provincial, su comercialización aún presenta una menor difusión y volumen respecto de los circuitos tradicionales de la Quebrada de Humahuaca y Salinas Grandes.

Desde el punto de vista empresarial, el registro oficial de AJAVYT identifica 30 agencias asociadas, de las cuales 19 cuentan con habilitación tanto emisiva como receptiva, 7 operan exclusivamente como emisivas y 4 son exclusivamente receptivas. Esta composición evidencia una **fuerte presencia de empresas mixtas,** capaces tanto de comercializar viajes emisivos como de recibir visitantes en la provincia.

Principales circuitos turísticos comercializados por mayoristas y DMC de Argentina y Chile

A partir del relevamiento realizado a agencias mayoristas y *Destination Management Companies* (DMC) de Argentina y Chile, se observa que la provincia de Jujuy posee una representatividad significativa en la oferta estructurada, consolidándose casi invariablemente en combinación con Salta. Esto confirma que el bloque Salta-Jujuy opera de manera integrada como una única unidad de producto en el mercado nacional. No obstante, se evidencia una marcada asimetría binacional: mientras que Jujuy registra una sólida presencia en los catálogos de los operadores argentinos, su inclusión en las carteras comerciales chilenas es marginal.

Por otra parte, el análisis detecta una alta concentración espacial de la oferta. La Quebrada de Humahuaca y Salinas Grandes absorben casi la totalidad de la representación de la provincia en los mercados analizados. En contraste, destinos y segmentos emergentes con un alto valor diferenciador y potencial de integración regional —como el Parque Nacional Calilegua, las Yungas y las experiencias de turismo comunitario— cuentan con una presencia más limitada.

Los productos binacionales identificados utilizan en todos los casos el Paso de Jama como nodo de articulación, y tienen a Salta como punto de partida argentino. Sin embargo, Jujuy forma parte de esos productos en circuitos como Salinas Grandes → Paso de Jama → San Pedro de Atacama, con retorno por la Quebrada de Humahuaca.

Eje 6 — Formalización, calidad y capital humano

6.1 Empleo, formalización y calidad

El sector turístico de Jujuy es intensivo en mano de obra con alto componente estacional e informal, especialmente en los destinos de la Quebrada y la Puna. La tasa de desocupación provincial es del 5,1% (2022), inferior a la media nacional, aunque con importantes bolsones de informalidad estructural en micro prestadores de la Puna y las Yungas.

El Programa Provincial de Capacitación en Turismo (CAPTUR), dependiente de la Coordinación de Calidad y Capacitación Turística de la Secretaría de Turismo provincial, es el principal instrumento de formación continua del sector, activo desde 2016 con ediciones anuales. Alcanza a toda la cadena de valor turística en todas las regiones en modalidad presencial y online.

A través de este programa se dictan cursos de formación continua, aunque la demanda del sector requiere mayor cantidad de jóvenes formados y con incentivos para desarrollarse en turismo. Se identificó especialmente la necesidad de mejorar la disponibilidad y preparación de recursos humanos en gastronomía y hotelería —brecha que se agudizó con la pandemia— y de desarrollar el turismo gastronómico, potencialmente articulado con las producciones locales de comunidades que desarrollan agricultura familiar y economía de subsistencia (cultivos andinos, ganadería de llama, horticultura de primicia). La informalidad de estas producciones dificulta su vínculo comercial con hoteles y restaurantes que deben asegurar provisión regular de insumos (Cepal, 2023).

La oferta de educación superior en turismo de la provincia de Jujuy presenta una marcada presencia del sector público y una fuerte orientación hacia la formación técnica. La **Universidad Nacional de Jujuy**, a través de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, constituye la única institución universitaria que ofrece formación de grado, con la **Licenciatura en Turismo** (4 años), y una **Tecnicatura Universitaria en Turismo** (3 años), ambas con sedes en **El Carmen** y **Humahuaca**. Complementariamente, la red de **Institutos de Educación Superior** amplía la cobertura territorial mediante tecnicaturas superiores en Turismo, Hotelería y Guía de Turismo, localizadas principalmente en **San Salvador de Jujuy** (IES Nº 5 José Eugenio Tello e IES N.º 11) y **Tilcara** (IES N.º 2). Por su parte, la oferta privada se concentra exclusivamente en la capital provincial, incorporando propuestas de tecnicaturas en Hotelería, Guía de Turismo y una alternativa diferenciada en **Guía de Turismo Comunitario**, que evidencia una orientación vinculada con la valorización del patrimonio cultural y el desarrollo turístico de base comunitaria.

Al estar distribuida en todas las regiones, la actividad genera empleo en el conjunto del territorio, lo que contribuye a la retención de población. A su vez, la región de la Quebrada ha comenzado a retener y atraer población gracias al crecimiento del turismo y sus actividades conexas, revirtiendo parcialmente la histórica tendencia expulsora (Cepal, 2023).

El sistema de distinciones en calidad turística de la provincia de Jujuy registra **357 distinciones** otorgadas entre 2007 y 2026, con una trayectoria de crecimiento sostenido hasta un máximo en 2018-2019 (42 y 47 distinciones respectivamente), seguida de una contracción marcada en 2020-2021 (5 distinciones por año, coincidente con la pandemia) y una recuperación parcial desde 2022 que no alcanza los niveles previos a la pandemia. Los registros de 2025-2026 muestran apenas 11 distinciones combinadas, lo que sugiere una desaceleración en el ritmo de otorgamiento o un registro aún en proceso de actualización para el corriente período, coincidente con un cambio en la política turística nacional, que lideraba el Sistema Argentino de Calidad Turística.

En cuanto a los instrumentos aplicados, el sistema comprende 20 programas o sellos distintos, con una concentración en tres de ellos: Buenas Prácticas (BBPP, 59 distinciones), el Sistema de Gestión (SIGO, 56) y el Distintivo de Gestión Ambiental (51). Le siguen el Sello CocinAr para el sector gastronómico (42) y el Programa Inicial de Calidad para Alojamiento (PIC A, 27). Entre

los sellos de menor volumen pero de relevancia temática para el corredor se encuentran el Distintivo de Turismo Accesible (16), el Distintivo de Bodegas (11) —vinculado a la oferta turística vitivinícola— y el Distintivo de Turismo Familiar (5).

La distribución territorial de los establecimientos certificados evidencia una fuerte concentración en dos de las cuatro regiones turísticas de la provincia: Quebrada de Humahuaca (119 establecimientos únicos, de los cuales 114 se encuentran en funcionamiento) y Valles (100 establecimientos, 88 en funcionamiento), que en conjunto representan la práctica totalidad del universo certificado. Las regiones de Yungas (7 establecimientos) y Puna (3 establecimientos) presentan una participación mucho menor en el sistema de distinciones.

Tabla 11. Establecimientos con distinciones de calidad en funcionamiento, por región

Región	Establecimientos distinguidos
Quebrada de Humahuaca	114
Valles	88
Yungas	7
Puna	3

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

En relación con la calidad y la sostenibilidad turística, referentes del sector hotelero destacaron la importancia de continuar fortaleciendo los estándares de gestión y la adopción de buenas prácticas en los establecimientos de alojamiento. En este sentido, valoraron especialmente la **implementación del Sello Hoteles Más Verdes**[10] en establecimientos de Jujuy. En la actualidad son 6 los hoteles con esta certificación en Jujuy.

Eje 7 — Sostenibilidad

7.1 Cambio climático y estrategia provincial de mitigación y adaptación

La iniciativa Jujuy Verde: Carbono Neutral 2050 constituye la política climática de la Provincia de Jujuy, impulsada por el Ministerio de Ambiente y formalizada mediante el Decreto Provincial N.° 1169 de 2016. Su objetivo es desarrollar e implementar planes de mitigación y adaptación frente al cambio climático para los distintos sectores de la economía provincial, en consonancia con los compromisos asumidos por la República Argentina en materia de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y con la meta provincial de alcanzar la carbono neutralidad hacia el año 2050.

[10] Hoteles Más Verdes es el programa de certificación en sustentabilidad para alojamientos turísticos de Argentina, impulsado por la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT) con reconocimiento del sector público nacional y de organismos internacionales. El sello evalúa y certifica prácticas de gestión sostenible en hoteles, considerando aspectos ambientales, sociales, culturales y económicos, como el uso eficiente de energía y agua, la gestión de residuos, el vínculo con la comunidad local, las condiciones laborales y la mejora continua de la calidad del servicio.

El documento de la iniciativa Jujuy Verde señala que la región del Noroeste Argentino, y particularmente el norte de la provincia de Jujuy, presenta una *alta vulnerabilidad frente al cambio climático*. Entre los principales cambios observados se identifican un incremento de la temperatura media provincial de aproximadamente 0,7 °C, un aumento tanto de las temperaturas mínimas como máximas, una disminución de los días con heladas y un incremento de las noches tropicales. Asimismo, se registran modificaciones en el régimen de precipitaciones, caracterizadas por lluvias más intensas concentradas en períodos cortos, alternadas con una mayor cantidad de días secos y una prolongación de la estación invernal sin precipitaciones.

En respuesta a estos escenarios, la estrategia provincial de mitigación propone un conjunto de acciones orientadas a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y promover un desarrollo bajo en carbono. Entre las principales medidas se encuentran la transformación de la matriz energética mediante la incorporación de energías renovables, el fortalecimiento de la gestión integral de residuos sólidos urbanos, la promoción de la movilidad eléctrica, el incremento de la eficiencia energética, la reforestación y el manejo sostenible de los bosques, el aumento de la capacidad de tratamiento de aguas residuales y el desarrollo de iniciativas de producción y turismo sustentable.

Desde la perspectiva de la actividad turística, el documento incorpora expresamente el desarrollo del turismo sustentable como uno de los ejes de la estrategia provincial de mitigación, integrándose a las políticas de producción sostenible. Asimismo, diversas acciones previstas presentan una incidencia directa sobre el desarrollo turístico, entre ellas la conservación de la biodiversidad mediante la creación de nuevas áreas protegidas públicas y privadas, la protección y manejo sostenible de los bosques, la lucha contra la desertificación y la degradación de tierras, la educación ambiental, la revalorización de los saberes ancestrales de las comunidades originarias y la promoción de un modelo de desarrollo basado en el respeto por la Pachamama y el equilibrio entre las actividades humanas y el ambiente.

En materia de adaptación, la iniciativa contempla medidas destinadas a fortalecer la resiliencia territorial frente a los efectos del cambio climático. Entre ellas se incluyen programas de conservación de la biodiversidad, fortalecimiento de brigadas forestales, desarrollo de infraestructura hídrica para riego, gestión de emergencias y catástrofes climáticas, incorporación de criterios de cambio climático en la planificación sanitaria, educación ambiental y gestión integral del riesgo.

7.2 Tensiones ambientales, áreas protegidas y gestión de residuos

El modelo de desarrollo turístico de Jujuy enfrenta tensiones estructurales diferenciadas por región: masificación y gentrificación en la Quebrada de Humahuaca (presión sobre el patrimonio UNESCO en Tilcara y Purmamarca), fragilidad ambiental de la Puna (salares y lagunas altoandinas con conflicto minero-turístico), gestión de residuos sólidos en destinos masivos y avance de la frontera agrícola sobre las Yungas.

Por otro lado, Jujuy posee una gran superficie de áreas naturales protegidas que hoy constituyen el 40% del territorio provincial —muy por encima de otras provincias argentinas (San Juan: 27%; Catamarca y Río Negro: 23%)—. En 2018, la Ley Provincial N° 6.080 creó el Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas, con el objetivo de establecer un marco jurídico-institucional para la gobernanza ambiental, considerando las áreas protegidas como fundamentales para el desarrollo sostenible y el crecimiento económico. Este activo territorial es destacado tanto por su contribución al desarrollo turístico como por su importancia para la inserción de los pueblos originarios y la preservación de sus territorios. La tensión entre la gobernanza productiva —minería, agricultura— y la conservación ambiental constituye uno de los desafíos estructurales más complejos del territorio jujeño.

Por otro lado Jujuy ha impulsado un modelo provincial de gestión integral de residuos orientado a reemplazar los basurales a cielo abierto por un sistema de tratamiento, transferencia, recuperación y disposición final ambientalmente adecuada. El programa, denominado Plan “Pachamama Te Cuido”, es liderado por el Ministerio de Ambiente y Cambio Climático. Tiene como meta principal consolidar la política ambiental provincial sobre RSU, instaurando las formas de cogestión provincia-municipios y trabajando en la producción energética, la minimización de las emisiones GEI, el fortalecimiento institucional, el mejoramiento de las capacidades instaladas, la construcción de infraestructura, la adquisición de equipamiento y la creación de espacios de participación e inclusión social de individuos, grupos vulnerables y comunidades indígenas.

Eje 8 — Gobernanza e institucionalidad

8.1 Estructura institucional

La institucionalidad turística de Jujuy se organiza en torno al **Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy** (Ministro: Federico Posadas) y la Secretaría de Turismo (Secretario: Diego Valdecantos).

Por su parte, el **Ministerio de Desarrollo Económico y Producción** (Hub de Inversiones) opera los programas de fomento a la inversión privada, entre los que se encuentran las inversiones en turismo.

Las principales organizaciones privadas son: **Cámara de Turismo de Jujuy** (Presidente: Rodrigo Torres), **AJAVYT**, AHT Jujuy, la Asociación de Guías de Turismo, la Unión de Empresarios de Jujuy y el **Jujuy Bureau de Eventos y Convenciones**.

Estas entidades, junto con el Ministerio de Cultura y Turismo, integran el **Consejo Consultivo de Turismo de la Provincia de Jujuy**, creado mediante Resolución N° 340 del Ministerio de Cultura y Turismo en septiembre de 2017. Se trata de un cuerpo de carácter colegiado interinstitucional cuyo objetivo es elaborar propuestas y proyectos atinentes a la actividad turística y formular recomendaciones de asesoramiento al organismo de turismo provincial.

El Consejo Provincial de Turismo (COPROTUR) es el órgano de participación interinstitucional de alcance territorial establecido por la **Ley 5319 — Marco para la Actividad Turística** de la Provincia de Jujuy. A diferencia del Consejo Consultivo —con predominio del sector privado—, convoca específicamente a los **municipios turísticos y emergentes** —representados por su jefe comunal y el funcionario del área turismo— junto con los presidentes de las instituciones privadas del sector, con el objetivo de avanzar en la construcción de políticas públicas de turismo tanto a nivel municipal como provincial, y definir una agenda de trabajo periódica. Su agenda típica incluye la socialización de avances desde los diferentes sectores (gobiernos municipales, gobierno provincial e instituciones privadas), la generación de propuestas y acciones para el trabajo interinstitucional, y la definición de los ejes prioritarios de turismo para cada período. La articulación entre el COPROTUR —con su anclaje municipal y territorial — y el Consejo Consultivo —con su foco en la competitividad y la planificación estratégica del sector privado— configura el andamiaje de gobernanza participativa del turismo en la provincia. (Ley 5319 — Marco para la Actividad Turística; MCT Jujuy, www.culturayturismo.jujuy.gob.ar, mayo 2018)

8.2 Marco normativo

Tabla 12. Marco normativo

Norma	Objeto / Alcance
Ley 5198 — Turismo como política de Estado	Declara al turismo como política de Estado; marco del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Jujuy 2035 (PETS).
Ley 5319 — Marco para la Actividad Turística	Marco general de la actividad turística provincial; establece el Consejo Provincial de Turismo (COPROTUR).
Ley 5737 — Alojamientos Turísticos	Regula categorización, habilitación y funcionamiento de alojamientos. (Dec. 7808-G; RS 2025-85066-JUJ-MCT)
Ley 6041 — Turismo Activo	Regula turismo activo y aventura. (RS 105-CyT-2018)
Ley 6308 — Guías de Turismo	Habilitación y ejercicio de guías. (Dec. 7843-CyT-2023; RUPEGAT: RS 2024-23855-JUJ-MCT)
RS-2025-329375-JUJ-MCT — RUPPE	Registro Único de Prestadores y Empresas Turísticas.
RS-263-CyT-2018 — Turismo Rural Comunitario	+30 comunidades originarias habilitadas.
Ley 6403 — GIRSU	Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos como servicio público esencial. Plan 'Pachamama Te Cuido'.
Ley 6080 — Áreas Naturales Protegidas	Sistema provincial incluyendo áreas privadas. Base de la política ambiental para el ecoturismo.

Fuente: Elaboración propia partir de las normativas y registros vigentes

8.3 Articulación interinstitucional y mecanismos binacionales

En el período 2023-2024, la Provincia de Jujuy suscribió dos instrumentos de cooperación subnacional con regiones chilenas del corredor (detalle completo en sección 1.5): (I)

Declaración de Intenciones con Arica y Parinacota (diciembre 2023); (II) **Acuerdo de Colaboración con la Región de Tarapacá** (diciembre 2024).

Por otra parte, la apertura de la primera oficina internacional de la Zona Franca de Iquique (ZOFRI) en San Salvador de Jujuy constituye un hito en el proceso de integración económica y logística del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC). Su función es actuar como plataforma de vinculación para empresas, inversores e instituciones, facilitando el acceso a oportunidades comerciales, servicios logísticos y mercados internacionales a través del sistema franco de Iquique. Asimismo, promueve la articulación entre actores del NOA y del norte de Chile, fortaleciendo los intercambios económicos, turísticos y culturales entre ambos territorios.

En el marco de la articulación binacional y de los procesos de integración regional impulsados por el Corredor Bioceánico de Capricornio, los referentes consultados destacaron la experiencia desarrollada por la Municipalidad de San Salvador de Jujuy, que a partir de su participación en los encuentros y foros del CBC promovió acuerdos de hermanamiento y cooperación con las ciudades de Campo Grande (Brasil) e Iquique (Chile). Asimismo, valoraron especialmente el rol de la Mesa de Alcaldes de los Foros del Corredor Bioceánico de Capricornio, entendiéndose como un espacio estratégico para el diálogo político y la construcción de agendas comunes entre los gobiernos locales.

Salta

Eje 1 — Posicionamiento territorial

1.1 Datos básicos del territorio

La provincia de Salta, ubicada en el noroeste de la República Argentina, constituye uno de los territorios **más diversos y estratégicos del país** desde el punto de vista geográfico, cultural y económico. Limita al norte con Bolivia; al norte y noroeste, con la provincia de Jujuy; al este con Paraguay y las provincias de Formosa y Chaco; al sur con Tucumán y Catamarca, y al oeste con Chile. Esta posición de triple frontera la convierte en un nodo de articulación entre el Atlántico y el Pacífico, fundamental para el Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC).

Con una superficie de **155.488 km²**, Salta es la **quinta provincia** más extensa de la Argentina. Su organización político-administrativa comprende **23 departamentos y 60 municipios**. El territorio provincial presenta una notable **diversidad ambiental**, que abarca desde la Puna andina en el oeste hasta las Yungas y la llanura chaqueña en el este, atravesando valles intermontanos de alta relevancia paisajística y productiva, como los Valles Calchaquíes y el Valle de Lerma, donde se localiza la capital provincial. Esta **heterogeneidad territorial** configura una base diferencial para el desarrollo turístico y determina, al mismo tiempo, la estructura de sus principales actividades económicas.

Según datos del Gobierno de Salta (2025), la provincia representa el 4 % del territorio argentino**, el 3 % de la población y el 2 % del PBI nacional.**

Al respecto, según el Censo Nacional 2022 (INDEC), la provincia cuenta con aproximadamente **1,4 millones de habitantes,** posicionándose entre las jurisdicciones más pobladas del norte argentino. Más de la mitad de esa población está concentrada en el Área Metropolitana del Valle de Lerma (AMVL), considerada la **octava aglomeración urbana** del país. La ciudad de Salta, capital provincial, concentra además la mayor parte de la infraestructura turística, cultural, deportiva y de servicios especializados, consolidándose como principal puerta de entrada y centro distribuidor de flujos turísticos hacia el resto del territorio.

En términos socioeconómicos, el aglomerado Gran Salta registró durante el primer semestre de 2025 una incidencia de pobreza del 23,0 % sobre la población residente en hogares relevados, reflejando una disminución respecto del semestre anterior y del mismo período del año previo. No obstante, estos avances conviven con dinámicas estructurales que continúan planteando desafíos significativos.

En relación con el empleo, la tasa de ocupación provincial se mantuvo relativamente estable durante el último año, alcanzando el 40,6 %**.**

A ello se suma una **destacada dotación de recursos naturales**, que constituye uno de los principales activos estratégicos de la provincia, no solo para el turismo sino también para

otros sectores. La coexistencia de ecosistemas diversos —Puna, Valles, Yungas y Chaco— sostiene una oferta turística singular y una matriz productiva con alto potencial de complementariedad entre turismo, producción local, conservación ambiental e innovación territorial.

Tabla 13. Indicadores territoriales de la provincia de Salta

INDICADOR	Provincia de Salta
Superficie total	155.488 km²
Capital / ciudad principal	Ciudad de Salta
Divisiones administrativas	23 departamentos, 60 municipios
Población total	1.441.351 hab. (Censo 2022)
Principales núcleos urbanos	Ciudad de Salta, Tartagal, Orán, Metán
PIB / PBG regional	2 % del Producto Bruto Interno nacional
Actividades económicas principales	Minería (litio, oro), Agro, Turismo, Industria

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia y nacionales

1.2 Caracterización geográfica y morfológica

Salta es una provincia de morfología excepcionalmente diversa. Su territorio abarca cuatro grandes unidades biogeográficas que condicionan tanto las actividades productivas como la oferta turística:

- **Puna y Prepuna (oeste):** meseta elevada a más de 3.500 metros sobre el nivel del mar, caracterizada por salares, volcanes y paisajes lunares. Alberga los principales yacimientos de litio y boratos del país. Acceso por las Rutas 51, 40 y 27.
- **Valles y Quebradas (centro-oeste):** incluye los Valles Calchaquíes, la Quebrada de Escoipe y los valles de altura, con un clima templado y seco que favorece el cultivo de vid para vinos de altura (torrontés y malbec entre 1.700 y 3.100 msnm). Las localidades de Cafayate, Cachi y Molinos son sus principales nodos turísticos. Alberga el Parque Nacional Los Cardones.
- **Valles Centrales y Lerma (centro):** zona de transición con clima templado, donde se concentra la capital provincial. El Valle de Lerma es el principal polo agrícola de la provincia.
- **Yungas y Chaco (este):** selvas subtropicales de montaña y llanura chaqueña, con alta biodiversidad. Los Parques Nacionales Baritú y El Rey constituyen áreas de conservación estratégicas.

Aunque se sitúa en una zona tropical, su clima presenta variaciones marcadas en función de la multiplicidad de su relieve. En el este predomina el clima semiárido con estación seca; el

Altiplano se caracteriza por bruscas oscilaciones térmicas y escasas precipitaciones; valles, quebradas y sierras cuentan con un clima más benigno.

1.3 Caracterización económica y productiva

La estructura económica de la provincia de Salta se sustenta en una **combinación de actividades primarias, industriales y de servicios** estrechamente vinculada a la diversidad territorial y a la disponibilidad de recursos naturales estratégicos. La amplitud de ecosistemas presentes en la provincia —Puna, Valles, Yungas y Chaco— configura una base productiva heterogénea, con capacidad de articulación entre actividades tradicionales y sectores emergentes vinculados a la transición energética, la economía del conocimiento y los mercados globales.

En este marco, el capital natural constituye uno de los principales factores de competitividad territorial. Salta es la provincia con mayor superficie de bosques nativos del país (6.774.008 hectáreas, 2019), lo que configura tanto una restricción al avance agropecuario como un activo estratégico para el ecoturismo y la economía del carbono. La provincia dispone, además, de importantes reservas de litio y minerales críticos en la región puneña, alto potencial para la generación de energía solar, aptitud agroecológica para una producción agroindustrial diversificada y recursos hídricos estratégicos para el consumo humano y las actividades productivas.

En 2023, el Valor Agregado Bruto provincial a precios constantes de 2004 ascendió a $13.515.858.031, representando aproximadamente el **2 % del Producto Bruto Interno nacional**, según el informe Producto Bruto Geográfico de Salta 2013–2023 publicado por el Gobierno provincial. La estructura económica salteña presenta una **matriz diversificada**, donde predominan las actividades agropecuarias, industriales, comerciales y de servicios.

En términos sectoriales, las principales ramas de actividad en 2023 fueron el comercio (13,1 %), la industria manufacturera (13,3 %), la agricultura y ganadería (11,0 %) y los servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler (10,1 %). También adquieren relevancia la administración pública (8,8 %) y la explotación de minas y canteras (8,0 %), esta última consolidándose como uno de los sectores de mayor crecimiento relativo durante los últimos años debido al desarrollo de la minería del litio en la Puna salteña.

La estructura productiva salteña “exhibe un fuerte predominio de la actividad agroindustrial, que equivale al 20 % del Producto Bruto Geográfico provincial —porcentaje estable en los últimos 20 años— y que le confiere a la provincia una base exportadora diversificada y diferenciada del resto del NOA” (CEPAL, 2023).[11]

Entre las actividades que incrementaron su incidencia en la estructura económica provincial durante las últimas décadas se destacan precisamente la **minería**, los servicios empresariales

[11] Informe “Senderos de desarrollo económico para el siglo XXI en la provincia de Salta” (CEPAL/Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable de Salta)

e inmobiliarios y las actividades vinculadas al transporte, almacenamiento y comunicaciones, reflejando procesos de diversificación económica y fortalecimiento del rol logístico de Salta dentro de los corredores regionales y bioceánicos.

En relación con el turismo, la rama "**Servicios de hotelería y restaurantes**" representó el 1,6 % del VAB provincial en 2023, manteniendo una **participación relativamente estable en los últimos años**, con recuperación posterior a la caída registrada durante la pandemia. No obstante, la incidencia económica real del turismo resulta considerablemente mayor, dado que la actividad impacta transversalmente sobre otros sectores como comercio, transporte, gastronomía, cultura y servicios recreativos. En este sentido, el turismo continúa consolidándose como una actividad estratégica para la generación de empleo, la dinamización regional y el posicionamiento territorial de la provincia.

Como información complementaria, en informes del Gobierno de la Provincia de Salta se identifican como sectores estratégicos de la economía provincial: **el sector agroganadero y forestal, la minería, la energía, el comercio y la industria, la economía del conocimiento y el sistema económico-financiero**. Dentro del sector agroganadero y forestal se destacan actividades de larga trayectoria y fuerte arraigo territorial, como la producción tabacalera y vitivinícola, así como también la producción frutihortícola, la ganadería bovina y la lechería. Asimismo, resulta relevante el rol de los pequeños productores agropecuarios y de la economía social.

A nivel turístico, es relevante destacar que la región de los Valles Calchaquíes concentra la **producción vitivinícola** que, en las últimas dos décadas, triplicó su superficie implantada e incorporó varietales de alta calidad, consolidando a Salta como referente internacional de los vinos de altura.

Por su parte, la minería se consolida como uno de los motores más dinámicos de la economía salteña: durante 2025 la provincia alcanzó un récord histórico de exportaciones mineras, impulsado principalmente por la producción de oro y el avance de proyectos vinculados a minerales estratégicos. El litio ocupa un lugar central dentro de la estrategia minera provincial y nacional y, pese a la volatilidad de los precios internacionales durante 2025, evidencia perspectivas de recuperación y expansión gradual: la provincia cuenta con más de veinte proyectos en exploración avanzada, además de iniciativas en etapa piloto y en producción o puesta en marcha, entre los que se destacan Centenario Ratones, Mariana, Sal de Oro y Rincón. A ello se suman proyectos avanzados de plata y cobre, como Diablillos, Quevar y Taca Taca, que amplían las perspectivas de inversión y diversificación minera en el mediano plazo.

El informe de la CEPAL (2023) antes citado subraya que el desarrollo minero impulsará la construcción de infraestructura vial y ferroviaria hacia la Puna, mejorando la accesibilidad a regiones hoy poco conectadas, con impacto positivo indirecto sobre la oferta turística de esas áreas. Asimismo, identifica los costos logísticos como el desafío transversal más crítico para la competitividad de la economía salteña y destaca tres proyectos prioritarios para revertirlos:

(i) el Nodo Logístico de General Güemes, con aduana, depósito fiscal, puerto seco y acceso bimodal a los ramales C-13, C-14 y C-15 del Belgrano Cargas; (ii) la pavimentación de la RN 51 hasta el Paso de Sico para habilitar el puerto de Antofagasta como salida competitiva hacia Asia; y (iii) el polo logístico minero en Olacapato, con conexión ferroviaria hacia el Pacífico.

1.4 Posicionamiento en el Corredor Bioceánico de Capricornio

Salta ocupa una posición geoestratégica central dentro del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC). Con una superficie de 155.488 km² y limítrofe con Bolivia, Chile, Paraguay, Formosa, Chaco, Tucumán y Catamarca, la provincia constituye el único nodo argentino del CBC que articula simultáneamente los flujos hacia el Pacífico (Chile) y hacia el norte (Bolivia y Paraguay).

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting – SPIM, marzo 2026) identifica a la Conurbación NOA Norte —que incluye las ciudades de Salta y General Güemes— como una de las seis secciones funcionales del corredor a escala continental, actuando como principal hub de intercambio del país con Bolivia y el norte de Chile.

El CBC atraviesa Salta a través de dos ejes viales estructurantes con funciones complementarias:

- el **Eje Pacífico** (RN 51, Salta → San Antonio de los Cobres → Paso de Sico → Antofagasta); y
- el **Eje Norte-Bolivia/Paraguay** (RN 34, Salta → Güemes → Pichanal → Tartagal → Salvador Mazza; con ramal hacia Santa Victoria Este y el Paso Misión La Paz–Pozo Hondo hacia Paraguay).

Esta doble articulación confiere a Salta un rol estratégico singular en la macrorregión.

Los referentes gubernamentales de la provincia conciben el CBC como una “construcción permanente y colectiva”, que busca integrar y se nutre de caminos y corredores complementarios, como los ejes de vinculación con Bolivia.

Las autoridades de la Representación de Relaciones Internacionales de Salta señalan que, en la actualidad, una parte importante del flujo de cargas asociado al CBC utiliza las rutas nacionales N.º 81 y N.º 16. La Ruta Nacional N.º 81 recorre el norte argentino desde la provincia de Salta hasta Formosa, constituyendo un eje estratégico de conexión con Paraguay. En tanto, la Ruta Nacional N.º 16 vincula Salta con Chaco, atravesando Santiago del Estero, y facilita la articulación entre el noroeste y el nordeste argentino, integrando la red vial que conecta con los pasos fronterizos y con los puertos del Atlántico.

Secciones del CBC en su trayecto por Salta

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026) organiza el recorrido continental del corredor en seis secciones funcionales. Salta interviene en las Secciones 2 (Pasos Andinos) y 3 (Conurbación NOA Norte); esta última incluye el ramal hacia el Paso Misión La Paz–Pozo Hondo, ya que la Sección 4 se inicia en Paraguay.

Tabla 14. Secciones del CBC en Salta: trayecto, función y brechas

Sección CBC	Trayecto en Salta	Descripción funcional	Brechas identificadas (PM-CBC, 2026)
Sección 2 — Pasos Andinos	RN 51: Ciudad de Salta → San Antonio de los Cobres → Paso de Sico	Zona fronteriza con fuertes pendientes y geometría sinuosa. RN 51 asfaltada hasta San Antonio de los Cobres; tramo San Antonio-Sico (120 km) en ripio con hundimientos en verano. Categorizado como "eje de conexión" (no corredor de transporte pleno).	Ripio en RN 51 tramo San Antonio–Sico. Geometría no apta para bitrenes. Tramos de hasta 150 km sin servicios al usuario. Proyecto de rehabilitación y pavimentación en ejecución (PMCBC-CV-018, USD 4,37 M primera etapa).
Sección 3 — Conurbación NOA Norte	Ciudad de Salta y General Güemes (RN 34/9/51)	Eje urbano metropolitano Salta-Jujuy. Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes. Principal nodo de intercambio del país con Bolivia y norte de Chile. Calzada sencilla con tramos en doble calzada urbana.	Ausencia de variante/bypass en Ciudad de Salta (congestión creciente). Congestión en RN 9 a la altura de Güemes (20.000 veh/día). Proyecto de autopista Variante Güemes (31,9 km, Cobo–Empalme RN 34, PMCBC-CV-017, USD 160 M).
Sección 3 — Ramal noreste (hacia Paraguay)	RN 34: Güemes → Pichanal → Tartagal → Salvador Mazza / Santa Victoria Este → Misión La Paz	Eje de conexión hacia Bolivia y Paraguay. RN 34 asfaltada con tramos deteriorados entre San Pedro (Jujuy) y Pichanal (Salta). Múltiples travesías urbanas (Embarcación, Tartagal) con conflictos de tráfico local/pesado.	Degradación de carpeta asfáltica y puentes en RN34 (tramo San Pedro–Pichanal). Travesías urbanas críticas en Embarcación y Tartagal. Nueva ruta Orán–Embarcación (PMCBC-CV-019, puente Bermejo, USD 104 M). Tramo Santa Victoria Este–Pozo Hondo sin pavimentar.

Fuente: Elaboración propia en base al Estudio de Infraestructura MP -CBC 2026.

A lo largo de la vialidad del CBC en Salta no existe actualmente una oferta consistente de servicios logísticos y de transporte.

Municipios, localidades y nodos que atraviesa el CBC en Salta

Según el Estudio de Infraestructura del PM-CBC, el corredor recorre 152 municipios en su trayecto continental. En la Provincia de Salta, el CBC involucra dos ramales principales que suman aproximadamente 900 km de vialidad dentro del territorio provincial, a los que se agregan un ramal hacia Paraguay y conexiones complementarias.

Los municipios y localidades relevantes identificados son:

Tabla 15. Municipios y localidades del CBC en Salta, por ramal y departamento

Ramal / Eje del CBC	Municipios y localidades en Salta	Departamento
Eje Pacífico (RN 51) Salta → Paso de Sico (Chile)	Ciudad de Salta (capital)	Capital
	Campo Quijano	Rosario de Lerma
	Rosario de Lerma	Rosario de Lerma
	Tastil / Santa Rosa de Tastil	Rosario de Lerma
	San Antonio de los Cobres	Los Andes
	Paso de Sico (frontera)	Los Andes
Eje Norte (RN 34) Salta → Bolivia y Paraguay	General Güemes	Güemes
	Pichanal / Orán	Orán
	Embarcación	San Martín
	Tartagal	San Martín
	General Mosconi	San Martín
	Salvador Mazza / Pocitos	San Martín
Ramal Paraguay (RP 54 y Santa Victoria Este)	Santa Victoria Este	Rivadavia
Conexión complementaria (RP 5 / Las Lajitas)	Las Lajitas	Anta
Conexión complementaria (Chaco Salteño)	Joaquín V. González / área del Chaco Salteño	Anta / Rivadavia

Fuente: Elaboración propia en base al Estudio de Infraestructura del PM-CBC.

Eje 2 — Oferta turística

2.1 Regiones y destinos turísticos

El Plan Estratégico de Turismo LIDERAR organiza el territorio provincial en siete regiones turísticas, cada una con identidad propia y atractivos diferenciados. Esta regionalización constituye la unidad básica de gestión territorial del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta.

En términos de flujo turístico (2024), **la Ciudad de Salta y Destinos Cercanos concentra más del 50 % de los visitantes de la provincia**, seguida por los Valles Calchaquíes y la Selva de Montaña. Las regiones de Quebradas Andinas y Puna de los Andes representan alrededor del 3 % de los visitantes pero tienen alto potencial de crecimiento, especialmente por su vinculación con el CBC y con el mercado chileno (Atacama).

Salta se consolida como el principal destino del norte argentino en cantidad de servicios y arribos turísticos.

Su marca “Salta, Tan Linda que Enamora” **tiene un 82 %** de reconocimiento entre los salteños, 72 % entre turistas nacionales y 71 % en el trade turístico (Plan LIDERAR, 2022).

La conurbación Salta-Güemes concentra los principales servicios turísticos del corredor y es el único nodo del CBC argentino con conexiones aéreas internacionales directas (Lima, Panamá, Asunción).

Desde una perspectiva turística, los ramales del CBC que atraviesan la provincia de Salta presentan un desarrollo claramente diferenciado.

- La Conurbación NOA Norte es el ámbito de mayor madurez turística: articula las regiones Ciudad de Salta y Destinos Cercanos y Puna de los Andes, y cuenta con áreas satélite de alto valor paisajístico y cultural estrechamente vinculadas al corredor, como los Valles Calchaquíes y el Valle de Lerma. El Nodo Güemes opera como la principal articulación del corredor turístico interprovincial Salta–Jujuy, constituyendo una puerta de entrada estratégica hacia los destinos de ambas provincias. En contraste, el Eje Norte —identificado en la planificación sectorial provincial como Región Selva de Montaña (también denominada Norte Verde)— presenta un desarrollo turístico significativamente menor y coincide con una de las áreas de menor aprovechamiento turístico de la provincia, según el diagnóstico del Plan Estratégico de Turismo LIDERAR del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta.

Esta asimetría entre ejes representa tanto una brecha estructural como una oportunidad de desarrollo que el CBC podría contribuir a revertir.

En este marco, los documentos compartidos por los municipios del norte salteño destacan[12] que los departamentos de San Martín, Rivadavia y Orán ocupan una posición estratégica en el área de influencia del Corredor Bioceánico de Capricornio, debido a su localización geográfica, su conectividad mediante las rutas nacionales N.º 34 y N.º 81 y la Ruta Provincial N.º 54, así como por la presencia de importantes recursos naturales, culturales y productivos.

Los documentos coinciden en señalar que la región concentra un patrimonio ambiental de relevancia nacional e internacional —elevada biodiversidad, amplia representación de ecorregiones, numerosas áreas protegidas nacionales, provinciales y municipales, sitios reconocidos por la UNESCO y destacada riqueza hídrica— así como una notable diversidad cultural asociada a la presencia de comunidades de pueblos originarios, cuyos conocimientos, expresiones culturales, artesanías, gastronomía y cosmovisiones constituyen un activo de alto valor para el desarrollo territorial. Sobre esta base, identifican un amplio potencial para el turismo de naturaleza, cultural y otras modalidades alternativas, sustentado en la diversidad de paisajes, la avifauna, las especies emblemáticas de conservación, los recursos hídricos y las actividades productivas regionales; no obstante, advierten que ese potencial aún presenta bajos niveles de desarrollo y requiere planificación, fortalecimiento institucional y articulación territorial para su aprovechamiento sostenible.

En paralelo, estos documentos reconocen que la inserción del norte salteño en el CBC plantea **desafíos** asociados a la disponibilidad de información para la planificación y el seguimiento de sus impactos. Entre ellos se mencionan la ausencia de indicadores territoriales permanentes, la necesidad de fortalecer la gobernanza y la coordinación institucional, así como la

[12] "El Corredor Bioceánico de Capricornio y la propuesta de creación del Observatorio de Desarrollo Territorial, Inclusión y Sostenibilidad del Norte Salteño" y "Resumen de las Potencialidades de la Región"

persistencia de desigualdades vinculadas al acceso a tierras, conectividad, servicios, educación, formación técnica, empleo, participación comunitaria y vulnerabilidad frente al cambio climático. Se propone, entonces, la creación de un Observatorio de Desarrollo Territorial como herramienta técnica e interinstitucional para generar información estratégica, construir indicadores, monitorear los impactos del corredor y fortalecer la gobernanza territorial.

Tabla 16. Síntesis del rol de Salta en el CBC: secciones, pasos fronterizos y articulación binacional

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
Rol en el Corredor Bioceánico	Nodo central del CBC en Argentina; hub de conexión NOA-Chile-Bolivia-Paraguay. Conurbación NOA Norte identificada como nodo funcional clave (PM-CBC, 2026).
Secciones del CBC en Salta	Sección 2 (Pasos Andinos, RN 51) y Sección 3 (Conurbación NOA Norte, incluido el ramal noreste hacia Bolivia y Paraguay por RN 34).
Pasos fronterizos habilitados	Paso de Sico (RN 51 → Antofagasta, Chile); Salvador Mazza/Pocitos (RN 34 → Bolivia); Aguas Blancas/Bermejo (→ Bolivia); Santa Victoria Este/Misión La Paz (→ Paraguay, limitado).
Articulación binacional (Chile)	Paso de Sico: conexión directa hacia San Pedro de Atacama y Antofagasta (Región Antofagasta, Chile).
Articulación binacional (Bolivia/Paraguay)	Salvador Mazza–Pocitos: principal nodo de comercio y turismo bilateral Argentina-Bolivia. Ramal Santa Victoria Este: vínculo con el Chaco Paraguayo (Pozo Hondo).

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

2.2 Inventario de atractivos y recursos turísticos

Salta posee uno de los inventarios de atractivos más ricos y variados del NOA. El Plan LIDERAR identifica 16 “íconos turísticos” que representan y diferencian el destino, además de 300 elementos identitarios y 11 submarcas turísticas, bajo el paraguas de la marca “Salta, Tan Linda que Enamora”, que referencian productos y/o circuitos (Sabor a Salta, Senderos de Salta, Ruta del vino, Lugares Mágicos, Fiestas Populares, entre otros).

Tabla 17. Inventario de atractivos y recursos turísticos

ICONOS TURÍSTICOS	TIPOLOGÍA	REGIÓN / LOCALIZACIÓN
Tren a las Nubes	Cultural / Aventura / Patrimonial	Puna de los Andes
MAAM (Museo de Arqueología de Alta Montaña) y otros Museos	Cultural / Patrimonial	Ciudad de Salta
Quebrada de las Conchas	Natural / Geológico	Valles Calchaquíes
Ruta del Vino de Altura	Gastronómico / Enológico	Valles Calchaquíes
Dique Cabra Corral	Natural / Deportivo	Valle de Lerma
Iruya	Cultural / Comunitario	Quebradas Andinas
Tolar Grande	Natural / Aventura / Astronómico	Puna de los Andes
Cachi y Valle Calchaquí norte	Cultural / Patrimonial / Natural	Valles Calchaquíes
Tastil (Ciudad prehispánica)	Arqueológico / Patrimonial	Puna de los Andes
Parques Nacionales Baritú y El Rey	Natural / Ambiental	Selva de Montaña
Teleférico San Bernardo	Urbano / Cultural	Ciudad de Salta
Comunidades rurales	Comunitario / Cultural	Quebradas Andinas y Puna
Salinas Grandes	Natural / Paisajístico	Puna de los Andes (compartido con Jujuy)
Quebrada y yungas de San Lorenzo	Natural / Paisajístico	Destinos Cercanos
Valle Encantado / Cuesta del Obispo / Recta del Tin Tin	Natural / Paisajístico	Valles Calchaquíes
Peñas	Cultural	Ciudad de Salta

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

Vinculación con el Qhapaq Ñan: Salta forma parte del Sistema Vial Andino (Qhapaq Ñan), Patrimonio Mundial de la UNESCO compartido por Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú. Este patrimonio constituye una oportunidad excepcional de desarrollo de circuitos transfronterizos con fuerte valor cultural y arqueológico.

2.3 Productos turísticos y experiencias estructuradas

La oferta turística de la provincia de Salta se estructura estratégicamente en torno a cuatro macro-ejes de productos, atravesados de forma transversal por los segmentos de Alta Gama (Turismo Premium) y Turismo Accesible. Esta matriz comprende los componentes **Naturaleza** (con énfasis en turismo activo), **Cultura** (patrimonio urbano, rural, enoturismo, turismo religioso y arqueológico), **Eventos** (Turismo MICE y grandes convocatorias deportivas) y **Entretenimiento** (bienestar, compras y ocio nocturno).

Dentro de esta matriz, el eje de **Eventos y Turismo de Reuniones (MICE)** se consolida como un dinamizador de alta madurez y competitividad, sobre todo para la Ciudad de Salta. La

provincia ocupa la quinta posición en el ranking de ciudades del interior del país por volumen de eventos realizados y el séptimo lugar en el ranking por provincias, lo que denota una robusta capacidad organizativa y de gestión. El destino dispone de un ecosistema de soporte técnico-logístico de estándares internacionales, compuesto por un Centro de Convenciones de escala regional, una diversificada oferta de salones, proveedores de servicios especializados y Organizadores Profesionales de Congresos (OPC). La articulación institucional y la gobernanza sectorial se ven fortalecidas por la gestión activa del Bureau de Congresos y Convenciones de Salta, elemento clave en la sofisticación de la propuesta de valor del segmento.

Plataforma digital de la oferta de experiencias

Como instrumento de facilitación de mercado y formalización sectorial, el Ministerio de Turismo y Deportes de Salta opera la plataforma digital oficial https://experiencias.turismosalta.gov.ar/. Esta nuclea exclusivamente las experiencias turísticas verificadas y habilitadas por la autoridad de aplicación, ordenadas en las categorías de Aventura, Cultura, Gastronomía, Naturaleza, Bienestar y Turismo Comunitario. Además, actúa como herramienta de desintermediación y comercialización digital directa entre micro y pequeños prestadores y el consumidor final. A partir del análisis de esta plataforma se identifica que la comercialización actual se apoya en una transición del "producto-paisaje" hacia el "producto-experiencia", con las siguientes dinámicas por eje estratégico:

- **Eje Aventura (Turismo Activo): Representa el sector con mayor volumen de prestadores y capilaridad territorial.** La oferta se caracteriza por una alta especialización técnica, donde pequeñas y medianas empresas (PyMEs) y guías de sitio comercializan productos de turismo de naturaleza activa como trekking, rafting, parapente y cabalgatas.

- **Eje Cultura (Identidad y Patrimonio Vivo):** La comercialización en este segmento ha evolucionado hacia el "turismo vivencial". Las empresas ofrecen productos que permiten al visitante interactuar con el patrimonio, destacando el Turismo Rural Comunitario, las peñas folclóricas y los talleres de artesanía y gastronomía. Este eje es un valor diferencial competitivo del destino, aportando el valor de la autenticidad.

- **Eje Vinos de Altura (Enoturismo):** Se consolida como una oferta premium. Las experiencias comercializadas integran el producto vitivinícola con servicios de bienestar (wellness), gastronomía de autor y actividades complementarias (como yoga o cenas temáticas en viñedos), orientada a un perfil de turista de mayor gasto promedio[13].

[13] El sector vitivinícola de los Valles Calchaquíes es identificado por el informe CEPAL como uno de los activos más dinámicos del turismo provincial. En los últimos 20 años, la incorporación de tecnología y varietales de alta calidad enológica —principalmente malbec, torrontés riojano y cabernet sauvignon entre 1.700 y 3.100 msnm— transformó a Salta en la segunda provincia exportadora de vinos de Argentina y la posicionó como segundo destino de enoturismo del país, detrás de Mendoza. Las 45 bodegas registradas en los departamentos de Cafayate, San Carlos, Molinos y Cachi articulan sus servicios

- **Eje Naturaleza (Contemplación y Sostenibilidad):** Los prestadores en este rubro se enfocan en la observación y la interpretación ambiental. Destaca el crecimiento de productos vinculados al **avistaje de aves y al astroturismo,** posicionando a Salta en el segmento de turismo científico y de naturaleza conservacionista[14].
- A ello se suman productos con reconocimiento internacional (Tren a las Nubes, Teleférico San Bernardo, Museo de Arqueología de Alta Montaña) que actúan como "imanes" de demanda.

En consonancia con las tendencias globales de segmentación, el sector público, alineado con el Plan LIDERAR, impulsa el desarrollo de nuevos nichos de mercado con el objetivo de mitigar la estacionalidad y diversificar el portafolio del destino. Entre estos productos emergentes destacan el turismo de bodas (Destination Weddings), el mototurismo y el astroturismo.

Por su parte, la gastronomía de identidad salteña constituye uno de los activos intangibles más potentes para el posicionamiento y la diferenciación del destino. Basada en una fuerte matriz cultural y en productos con anclaje territorial —donde las empanadas salteñas actúan como producto insignia, complementadas por la humita, el locro y los tamales—, la cocina local refleja una fusión histórica de las herencias andinas y criolla. Este subsector genera un eslabonamiento productivo natural con el enoturismo de los Valles Calchaquíes, configurando un clúster de turismo gastronómico-enológico de alta complementariedad, cuya gobernanza y promoción se canaliza a través de la marca sectorial "Sabor a Salta" (bajo el paraguas del Plan LIDERAR). A ello se suma la vida nocturna de la Ciudad de Salta, articulada en torno a sus peñas folclóricas y la oferta gastronómica de su centro histórico colonial, que conforma un circuito cultural integrado.

Un factor de competitividad para Salta es la accesibilidad inmediata a ecosistemas de alta biodiversidad desde la capital provincial. Los municipios de San Lorenzo, Vaqueros y La Caldera —localizados en un radio de conectividad terrestre menor a 30 minutos desde el núcleo urbano central— ofrecen un portafolio de actividades que incluye senderismo en Yungas subtropicales, cabalgatas y turismo activo en un entorno de selva de montaña. Específicamente, la Quebrada de San Lorenzo está catalogada como un hotspot prioritario para la observación de aves o aviturismo en el Noroeste Argentino (NOA), con más de 200 especies de aves registradas, lo que le otorga viabilidad para captar el segmento de turismo científico internacional. Adicionalmente, según los testimonios de los empresarios turísticos, estos destinos periurbanos resultan muy atractivos para el mercado del norte de Chile, por el contraste entre la vegetación y el desierto.

con la oferta turística general, generando una sinergia que, según el informe, "permite que los vinos salteños sean reconocidos local e internacionalmente".

[14] La provincia de Salta cuenta con una destacada red de áreas protegidas nacionales y provinciales que conservan una amplia diversidad de ecosistemas, desde las Yungas hasta los Altos Andes y el Chaco Seco. Entre las áreas de jurisdicción nacional se encuentran el Parque Nacional Los Cardones, el Parque Nacional El Rey y el Parque Nacional Baritú, mientras que el Sistema Provincial de Áreas Protegidas complementa su conservación mediante reservas naturales y parques provinciales.

2.4 Productos y expediciones transfronterizas

Un segmento de agencias receptivas y operadores especializados con base en Salta comercializa itinerarios que conectan físicamente la región de la Puna argentina con los países limítrofes, estructurado bajo las siguientes modalidades de viaje:

- Travesías Altiplánicas de Larga Distancia: Circuitos de 5 a 7 días que parten de Salta Capital, realizan paradas operativas en nodos de la Puna salteña como Tolar Grande y el Cono de Arita, y efectúa el cruce internacional hacia San Pedro de Atacama (Chile) a través del Paso de Sico o del Paso de Jama.

- Eje Salta - San Pedro de Atacama Tradicional: Paquetes integrados de 4 días y 3 noches que emplean transporte terrestre regular o privado saliendo desde Salta, e incluyen la contratación de excursiones en territorio chileno (como los Géiseres del Tatio, el Valle de la Luna y las Lagunas Altiplánicas), manteniendo a Salta como base de origen y coordinación de la salida.

- Ruta de los Salares: Itinerarios diseñados para recorrer la continuidad geológica de la región, enlazando las Salinas Grandes (Salta/Jujuy) con el Salar de Atacama en Chile.

Con respecto a la conectividad con Bolivia, la oferta turística se vincula a través del Altiplano compartido. Algunos prestadores locales comercializan la ruta Salta-Uyuni, diseñando travesías que ingresan a territorio boliviano por el paso fronterizo de La Quiaca - Villazón o mediante conexiones altoandinas en la Puna para acceder a la zona de las lagunas de colores y el Salar de Uyuni. En este modelo operativo, las agencias con sede en Salta proveen la comercialización internacional, la asignación de flotas vehiculares homologadas, los guías certificados y el equipamiento logístico para el tramo correspondiente.

Los referentes del sector privado y los operadores turísticos de Salta entrevistados señalan que la consolidación y el crecimiento de los circuitos binacionales o integrados (Argentina, Chile y Bolivia) se encuentran condicionados por barreras operativas e institucionales en los pasos de frontera. Los principales factores relevados comprenden: falta de homogeneización y agilización en los trámites migratorios, aduaneros y fitosanitarios, la ausencia de sistemas de control integrado digitalizados y unificados que incrementa los tiempos de espera y restringe la fluidez del tránsito de vehículos turísticos y de carga, y las restricciones derivadas de la altitud de los pasos, que repercuten en la salud de los visitantes, y los cierres estacionales por factores climáticos.

Entre ellas, la principal brecha identificada para el escalamiento de los flujos internacionales radica en el **tratamiento normativo de los pasos del Noroeste Argentino (NOA)** en comparación con otras regiones del país. En este sentido, plantean la necesidad de replicar el esquema especial de tránsito turístico vigente en el Corredor de los Lagos de la Patagonia. En consecuencia, la operatoria actual se realiza bajo el esquema “espejo”, ejecutado por dos empresas (una en cada país) que se “intercambian” los pasajeros en la frontera, o bien las

empresas de Salta realizan el “transfer” de los turistas hasta San Pedro de Atacama y regresan sin pasajeros.

2.5 Planta de servicios turísticos

La provincia de Salta cuenta con una planta de alojamiento de 721 establecimientos habilitados y **22.178 plazas**, distribuidas en tres categorías: hoteles (205 establecimientos, 12.755 plazas), establecimientos parahoteleros (307 establecimientos, 8.349 plazas) y alojamiento temporario (209 establecimientos, 1.074 plazas).

La distribución territorial es marcadamente concentrada: el 61 % **de las plazas se localiza en la Ciudad de Salta y sus destinos cercanos**, seguida por los **Valles Calchaquíes con el 18 %**. Las demás regiones —Selva de Montaña, Valle Histórico y Gaucho, Valle de Lerma, Puna de los Andes y Quebradas Andinas— concentran en conjunto el 21 % restante, lo que revela una brecha significativa entre la oferta disponible en el destino urbano principal y la capacidad de alojamiento en los territorios con mayor potencial de integración al corredor.

La oferta de operadores y prestadores de servicios registra 197 agencias de viaje habilitadas y 45 prestadores de turismo alternativo. Se suman 263 guías de turismo registrados (167 de ellos bilingües), 68 prestadores de enoturismo, 20 empresas de rent a car, 10 operadores de turismo de reuniones y 3 prestadores de turismo rural comunitario.

En materia de empleo, se estiman **51.432 puestos de trabajo directos e indirectos** vinculados al turismo (2024), dato elaborado en base a SIPA y EPH.

Tabla 18. Planta de servicios turísticos

EJE	INDICADOR	SALTA (Argentina)	FUENTE
Alojamiento[15]	Plazas de alojamiento totales	22.178 plazas habilitadas (MTD Salta, 2025) Plazas: Hoteles 12.755 - Parahoteles 8.349 - Temporario 1.074	(1)
Alojamiento	Establecimientos de alojamiento	721 (MTD Salta, 2025) Establecimientos: Hoteles 205 - Parahoteles 307 - Temporario 209	(1)
Alojamiento	Distribución territorial (plazas)	61 % en Ciudad de Salta y Destinos Cercanos. 18 % en Valles Calchaquíes. 8 % en Selva de Montaña. 6 % en Valle Histórico y Gaucho. 5 % en Valle de Lerma. 1 % en Puna de los Andes. 1 % en Quebradas Andinas (2025)	(1)
Operadores	Agencias de viaje habilitadas	197 (2025)	(2)
Operadores	Prestadores de turismo alternativo	45 (2025)	(1)
Operadores	Rent A Car	20 (2025)	(1)
Operadores	Prestadores de Servicios turísticos de Enoturismo	68 (2025)	(1)
Operadores	Turismo de Reuniones	10 (2025)	(1)
Operadores	Guías de turismo registrados	263 (2025)	(1)
Operadores	Turismo Rural Comunitario	3 (2025)	(1)
Calidad	Sistema/certificaciones vigentes	271 (2026) 28 Certificaciones corresponden al Programa “Hoteles más verdes”	(4)

Fuentes: (1) Dirección de Registros y Control de Servicios Turísticos. Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta; (2) Registro Nacional de Agencias de Viajes. Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (FAEVYT); (3) Estimación en base a Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA) - Secretaría de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, y Encuesta permanente de Hogares (EPH-INDEC); (4) Dirección de Formación y Calidad. Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta.

2.6 Los desafíos de la actividad turística actual

Según el informe “Salta 360: Indicadores y Perspectivas Sectoriales 2026” del Consejo Económico Social de la Provincia de Salta, con aportes de la Cámara de Turismo de Salta, el sector turístico provincial atraviesa un escenario de creciente complejidad asociado a la desaceleración de la demanda, el aumento de costos operativos y la pérdida de competitividad. El documento señala que entre 2022 y 2025 se registró una disminución de arribos y pernoctes turísticos, vinculada a cambios macroeconómicos nacionales —especialmente el encarecimiento relativo de los servicios turísticos internos y la retracción del mercado nacional, principal emisor hacia la provincia— y que, en paralelo, el sector enfrenta

[15]Incluye alojamientos hoteleros, parahoteleros, y de alquiler temporario. En el año 2025 se ajustaron y endurecieron los requisitos para habilitar hospedajes turísticos temporarios. Esta medida provocó una depuración del padrón, reduciendo un 70 % el número de inscriptos en este segmento a nivel provincial.

incrementos significativos en costos de energía, logística y salarios, junto con una elevada presión fiscal y limitadas posibilidades de trasladar esos aumentos a los precios finales.

En este contexto, la Cámara de Turismo destaca la necesidad de fortalecer estrategias público-privadas orientadas a sostener la competitividad del destino, mediante inversiones en infraestructura turística, mejora de la conectividad vial y aérea y promoción de eventos masivos, deportivos y congresuales que permitan reducir la estacionalidad y dinamizar la actividad económica provincial.

El informe de la CEPAL (2023), por su parte, identifica como desafíos del sector la diversificación y consolidación de destinos emergentes y la articulación con nuevos circuitos turísticos, la mejora de la conectividad aérea y digital, y el fortalecimiento de la formación de capital humano —especialmente en idiomas e interpretación patrimonial—. Se destaca como oportunidad estratégica la sinergia entre turismo y vitivinicultura en los Valles Calchaquíes, particularmente el enoturismo en Cafayate, que el estudio proyecta con "gran crecimiento en los próximos años". Asimismo, el informe señala el potencial de los segmentos de turismo de aventura, ecoturismo, cultura y gastronomía y del turismo de reuniones —donde Salta ya figuraba entre las cinco ciudades más visitadas del país y entre las principales para congresos y convenciones—.

Eje 3 — Infraestructura y conectividad

3.1 Conectividad aérea

El Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes (SLA) de la Ciudad de Salta es el eje del tránsito aeroportuario del norte argentino y **el principal nodo multimodal del CBC en Argentina**. Según el Informe Mensual de la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC) de diciembre de 2025, el aeropuerto de Salta cerró 2025 como el principal hub aéreo del NOA y uno de los de mayor dinamismo del interior del país. Con 1.372.879 pasajeros de cabotaje (+8 % respecto de 2024) y un notable salto en el tráfico internacional —96.000 pasajeros, un crecimiento del 61 % anual—, el aeropuerto consolidó su posición como séptimo del ranking nacional en cabotaje y quinto en tráfico internacional del interior.

La competencia entre tres aerolíneas (Aerolíneas Argentinas con el 61 % de participación de mercado, JetSMART con el 24 % y Flybondi con el 15 %) mantiene los factores de ocupación en torno al 85-86 %, niveles altamente eficientes.

Salta opera rutas internacionales activas hacia Lima, Panamá y Asunción, y en diciembre sumó 1.892 movimientos operativos; en movimiento de pasajeros, se ubica como el séptimo aeropuerto del país. El total de pasajeros (cabotaje + internacional) alcanzó 1.469.076, un crecimiento del 11 % frente a 2024.

Tabla 19. Conectividad aérea

INDICADOR	SALTA (Argentina)
Nombre oficial del Aeropuerto	Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes (SLA)
Pasajeros totales (2025)	1.372.879 cabotaje + 96.197 intl = 1.469.076
Ranking nacional	7° cabotaje; 5° tráfico intl. del interior
Posición en el NOA / Norte y País	1° del NOA / 7º puesto a nivel nacional.
Aerolíneas nacionales operativas	Aerolíneas Argentinas (61 %), JetSMART (24 %), Flybondi (15 %)
Aerolíneas internacionales	LATAM (Lima), COPA (Panamá), PARANAIR (Asunción). Anunciada: GOL (desde dic. 2026)
Conexiones nacionales directas	Buenos Aires, Córdoba, Neuquén, Iguazú, Mendoza y Rosario
Conexiones internacionales activas	Lima, Panamá, Asunción. Anunciada: Río de Janeiro (desde dic. 2026). Mantiene operaciones chárter y estacionales hacia destinos de Brasil (ej. San Pablo/Florianópolis) y a Chile (Iquique) en vacaciones de verano.
Estado / ampliaciones recientes	Ampliación en curso: +5.500 m², duplica capacidad

Fuente: ANAC (2025); Gobierno de Salta y ORSNA (obras de ampliación).

Respecto a la infraestructura aeroportuaria, el Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes atraviesa un importante proceso de ampliación y modernización impulsado por el Gobierno de Salta, el ORSNA y Aeropuertos Argentina. Las obras contemplan la incorporación de aproximadamente 5.500 m² nuevos —lo que permitirá ampliar en un 65 % la superficie operativa de la terminal y duplicar su capacidad de atención de vuelos nacionales e internacionales— e incluyen un nuevo hall de check-in, la ampliación de salas de embarque, la incorporación de una nueva manga y mejoras en la infraestructura operativa y las instalaciones técnicas.

3.2 Conectividad terrestre

3.2.1 Servicios de transporte de pasajeros

En la provincia de Salta, la conectividad terrestre de pasajeros presenta importantes contrastes territoriales según los corredores turísticos y productivos analizados. Mientras algunos ejes concentran una elevada frecuencia de servicios y múltiples operadores, otros continúan mostrando limitaciones estructurales de accesibilidad, especialmente hacia los territorios de la Puna.

Los Valles Calchaquíes constituyen uno de los principales destinos turísticos provinciales; sin embargo, el corredor que los conecta presenta una oferta relativamente limitada de transporte regular. En particular, la conexión entre Salta y Cafayate es operada actualmente

por una única empresa de transporte de pasajeros, concentrando la movilidad turística y regional sobre este eje estratégico.

Por su parte, la conectividad hacia el norte provincial presenta una mayor diversidad de frecuencias y operadores, asociada tanto a la movilidad regional como a los flujos comerciales y fronterizos vinculados con Bolivia. A modo de ejemplo, el tramo entre General Güemes y Tartagal registra aproximadamente 14 servicios[16] diarios.

De manera similar, el corredor entre Salta y Salvador Mazza —principal nodo fronterizo con Bolivia— presenta alrededor de nueve servicios diarios, consolidándose como uno de los ejes de mayor intensidad en términos de transporte interurbano y transfronterizo del norte argentino. Por el contrario, la conectividad hacia la Puna salteña continúa siendo reducida y fragmentada: sólo una empresa presta servicios regulares hasta San Antonio de los Cobres, principal centro urbano puneño, y no existen servicios regulares de transporte de pasajeros que articulen de manera directa la Puna salteña con la Puna jujeña.

En términos de articulación regional, la **terminal de General Güemes** adquiere un rol estratégico dentro de la configuración de la denominada Conurbación NOA Norte y del CBC. Su localización sobre los principales ejes viales nacionales —particularmente las rutas nacionales 9 y 34— la posiciona como un nodo clave para la redistribución de flujos de pasajeros y mercancías entre el área metropolitana de Salta, el norte provincial, Jujuy y los corredores internacionales hacia Bolivia y Chile.

La empresa **Andesmar** (https://www.andesmar.com) opera un servicio internacional con origen en Salta y parada en San Salvador de Jujuy, siguiendo el corredor de la Ruta Nacional 52 hacia el Paso de Jama. El recorrido incluye paradas en Purmamarca, Susques, la Aduana Argentina y la Aduana de Chile, continuando luego hacia San Pedro de Atacama y finalizando en Calama. El trayecto total tiene una duración aproximada de 11 horas y 30 minutos y presenta una frecuencia estimada de entre cinco y seis salidas semanales.

De manera complementaria, la empresa chilena **Pullman Bus** (https://www.pullmanbus.cl) también presta servicios internacionales uniendo las terminales de Salta, San Pedro de Atacama y Calama, aportando conectividad al corredor Jama–Atacama como una de las principales vías de vinculación terrestre entre el noroeste argentino y el norte chileno.

3.2.2 Secciones viales del CBC en Salta

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting – SPIM, 2026) organiza el corredor en seis secciones funcionales, de las cuales Salta participa en las Secciones 2 y 3 (esta

[16] En este contexto, resulta importante señalar que la contabilización de “servicios” en las plataformas comerciales de venta de pasajes no necesariamente implica la circulación de distintos ómnibus, sino frecuentemente diferentes categorías de butacas ofrecidas dentro de una misma unidad —por ejemplo, cama, semicama o ejecutivo—, lo que puede multiplicar la oferta publicada para un mismo viaje. En algunos casos, un mismo bus puede figurar con cuatro o cinco “servicios” diferenciados según el tipo de asiento comercializado.

última compartida con Jujuy). La situación general combina tramos de buena calidad con tramos críticos que condicionan de manera significativa la viabilidad logística y turística del corredor.

Sección 2 — Eje Sico (RN 51). Este eje conecta la Ciudad de Salta con el Paso de Sico a través de aproximadamente 320 kilómetros. El primer tramo, desde Salta hasta Campo Quijano, se encuentra asfaltado y en buen estado, aunque la travesía urbana de Campo Quijano genera demoras para el tránsito de camiones; existe un proyecto de bypass en ejecución para resolverlo. El tramo final, entre San Antonio de los Cobres y el Paso de Sico, es el más crítico del CBC en Salta. Sin embargo, recientemente el Gobierno de Salta anunció el inicio de las obras de pavimentación de la Ruta Nacional 51, financiadas mediante un crédito del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por USD 100 millones. La infraestructura vial prevista contempla la pavimentación de tramos críticos de la RN 51 hacia el Paso de Sico que actualmente cuentan con calzada mejorada no pavimentada.

Sección 3 — Eje RN 34/9 (Conurbación NOA Norte). Este eje articula Salta con Jujuy hacia el norte y con el ramal paraguayo hacia el noreste. Presenta condiciones generales aceptables en los tramos próximos a Salta capital, pero acumula brechas críticas hacia el norte y el noreste: congestión severa en la RN 9 a la altura de General Güemes (20.000 vehículos por día sin variante vial), deterioro significativo de la carpeta asfáltica en tramos de la RN 34, múltiples travesías urbanas conflictivas, y el ramal a Santa Victoria Este sin pavimentar en su tramo final.

Por otro lado, los actores turísticos señalan la necesidad de renovar la señalética turística en los principales corredores de la provincia.

3.3 Pasos fronterizos: el Paso de Sico

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026) realizó visitas de campo y análisis operativo en los tres cruces fronterizos del corredor. Los **pasos de Sico y Pozo Hondo son catalogados como pasos alternativos**, poco transitados, de difícil acceso y conexión por vías no pavimentadas. **Solo el Paso de Jama ofrece servicios, instalaciones habitacionales para personal y presencia institucional adecuada.**

Paso de Sico (Argentina–Chile)

El Paso de Sico (4.080 msnm) es el único paso del CBC con Chile ubicado en territorio salteño y conecta directamente con la Región de Antofagasta (Chile) vía San Pedro de Atacama**.** Pese a su rol estratégico como paso corto Atlántico-Pacífico, exhibe las condiciones de menor accesibilidad y operatividad del corredor.

No obstante, desde el 15 de junio de 2026, el Complejo Fronterizo Paso de Sico se encuentra totalmente habilitado en modalidad de “Marcha Blanca” para el tránsito de vehículos de carga, particulares y de turismo sin restricciones. De esta manera, el paso fronterizo recupera

su plena operatividad, superando la limitación anterior, ya que no estaba habilitado para el tránsito de vehículos particulares, sino solo de carga. Asimismo, los partes de prensa oficiales destacan que “el restablecimiento de la atención presencial por parte de los Organismos de Frontera de Chile fue el resultado directo de múltiples intervenciones de la provincia que asumió el financiamiento de obras de refacción y ampliación del Complejo, a pesar que es jurisdicción del gobierno federal”.

3.4 Conectividad digital

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026) identifica una brecha crítica de conectividad digital a lo largo de todo el corredor en Salta, particularmente en los tramos de alta montaña (RN 51) y en los pasos fronterizos. Esta brecha impacta negativamente tanto en la operatoria logística del corredor como en la experiencia del turista.

3.5 Cartera de proyectos de infraestructura del PM-CBC en Salta

El PM-CBC (Estudio de Infraestructura, 2026) identifica y prioriza los siguientes proyectos de infraestructura física en la Provincia de Salta:

Tabla 20. Cartera de proyectos de infraestructura del PM-CBC en Salta

Código	Proyecto	Tipo	Plazo	Estado
PMCBC-CV-014	Ampliación RN 34 Pichanal–Tartagal (autopista)	Carretero / CBC	Corto	Perfil (Idea)
PMCBC-CV-015	Pavimentación Santa Victoria Este–Pozo Hondo (23 km)	Carretero / CBC / Frontera	Corto	Pre-ejecución
PMCBC-CV-016	Puente internacional Pozo Hondo–Misión La Paz	Puente / CBC	Corto	Pre-ejecución
PMCBC-CV-017	Variante vial Gral. Güemes (Cobo–Empalme RN 34, 31,9 km autopista)	Carretero / CBC	Corto	Anteproyecto (Pre-factibilidad)
PMCBC-CV-018	Rehabilitación RN 51 San Antonio de los Cobres–Sico (15 km, 1ª etapa)	Carretero / Frontera	Corto	En ejecución
PMCBC-CV-019	Nueva ruta Orán–Embarcación (26 km + puente Río Bermejo)	Carretero / Nacional	Corto	En ejecución (preadjudicado)
PMCBC-CV-020	Mejora calzada RP 5 Tramo RN 9–Las Lajitas	Carretero / Subnacional	Corto	En ejecución
PMCBC-CV-021	Travesía urbana Campo Quijano / RN 51–Empalme RP 24 (12 km)	Carretero / Subnacional	Corto	En ejecución
PMCBC-CV-022	Travesía urbana Tartagal / RN 34	Carretero / Subnacional	Corto	Perfil
PMCBC-CV-023	Travesía urbana Embarcación / RN 34	Carretero / Subnacional	Corto	Perfil
PMCBC-CV-029	RP 24 Sección empalme RP 87–empalme RN 51	Carretero / Subnacional	Medio	Propuesta
PMCBC-PF-047	Mejoramiento paso de frontera en Sico (Argentina)	Fronterizo	Corto	En estudio
PMCBC-PF-048	Centros de Coordinación Fronteriza en San Antonio de los Cobres y Susques	Fronterizo / Logístico	Corto	En estudio
PMCBC-RS-098	Digitalización del Corredor Capricornio (fibra óptica)	Telecomunicaciones	Corto-Medio	Propuesta
PMCBC-RS-099	Conectividad satelital 5G a pasos fronterizos del CBC	Telecomunicaciones	Corto	Propuesta
PMCBC-RS-100	Equipamiento tecnológico puestos de control fronterizo	Telecomunicaciones	Corto	Propuesta

Fuente: Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026).

La secuenciación de los proyectos propuesta por el PM-CBC (2026) prioriza, para la fase de Integración Operativa 2026-2030, la continuidad física y homogeneidad del corredor. Los proyectos salteños más urgentes son: la rehabilitación y pavimentación de la RN 51 (San Antonio–Sico), la variante de General Güemes y el Centro de Coordinación Fronteriza de San Antonio de los Cobres. La infraestructura ferroviaria complementaria —ramal C-14 argentino con conexión al paso de Socompa hacia Chile— es señalada como alternativa intermodal de interés a futuro para cargas mineras.

Eje 4 — Demanda turística

4.1 Estadísticas de demanda

El turismo en Salta experimentó una notable recuperación post-pandemia: en 2024 la provincia recibió más de 2,4 millones de turistas, superando en un 19,2 % los registros de 2019. En 2025, en un contexto de desaceleración de la demanda (mencionado en apartado 2.6), se registraron aproximadamente 2,2 millones de turistas según los registros hoteleros del Ministerio de Turismo y Deportes provincial, cifra que asciende a 3,1 millones cuando se incorporan estimaciones de movilidad basadas en datos de telefonía móvil (TELECOM Big Data).

La estadía media es de 3,9 noches y la tasa de ocupación hotelera provincial promedió el 45,1 % en 2025.

El perfil del visitante es predominantemente nacional: los mercados de mayor peso son Buenos Aires (18 %), Tucumán (12 %), la propia provincia de Salta (10 %), Jujuy (10 %), Córdoba (9 %) y CABA (9 %). El acceso se realiza mayoritariamente en vehículo particular (56 %), seguido por avión (24 %) y colectivo (16 %). El 47 % de los visitantes ya había visitado la provincia anteriormente, lo que indica un nivel relevante de fidelidad al destino.

Los turistas internacionales representan el 12 % del total, con una estimación de 262.000 visitantes en 2025. Los principales mercados emisores internacionales, según su participación promedio, son Brasil (20 %), Uruguay (13 %), Francia (11 %), Alemania (6 %) y Chile (6 %**).**

Tabla 21. Estadísticas de demanda

EJE	INDICADOR	SALTA (Argentina)	FUENTE
VOLUMEN DE VISITANTES			
Demanda	Turistas / visitantes anuales	2.209.410 (2025, MTD Salta RHD); 3.096.132 (2025, TELECOM Big Data)	(1) y (2)
Demanda	Estadía media (noches)	3,9 noches (2025)	(3)
Demanda	Tasa de ocupación hotelera provincial	45,1 % Promedio Anual 2025	(1)
Demanda	Turistas internacionales	12 % del total (2025 - 262.000 est.); Chile 6 % (2025)	(3)
PERFIL DEL VISITANTE			
Perfil	Procedencia nacional (mercados más relevantes)	Buenos Aires 18 %, Tucumán 12 %, Salta 10 %, Jujuy 10 %, Córdoba 9 %, CABA 9 % (2025)	(3)
Perfil	Procedencia internacional (mercados más relevantes)	Brasil 20 %, Uruguay 13 %, Francia 11 %, Alemania 6 %, Chile 6 % (2025)	(3)
Perfil	Medio de acceso principal	Vehículo particular 56 %, avión 24 %, colectivo 16 % (2025)	(3)
Perfil	Motivación / actividad principal	s/d	-
Perfil	Fidelidad / repitencia	47 % ya visitó la provincia anteriormente (2025)	(3)
MERCADO CHILENO			
Mercado Chile	Peso del mercado chileno	Top 10 internacional: Verano 2025 4 % (10° mercado); Semana Santa 2025 5 % (8° mercado); Invierno 2025 9 % (4° mercado)	(3)

Fuente: (1) Relevamiento Hotelero Diario. Área de Estadísticas. Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta, (2) Elaboración propia en base a Big Data Mobility Insights - Telecom. Área de Estadísticas. Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta y (3) Encuestas de Perfil del Turista. Área de Estadísticas. Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta

4.2 Perfil del visitante

La caracterización del perfil del turista de Salta se basa en los informes estadísticos oficiales del Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta correspondientes a las temporadas de Invierno 2024, Verano 2025, Semana Santa 2025, Invierno 2025 y Verano 2026, compilados en el documento “Perfil del Turista – Provincia de Salta (Datos Consolidados 2024-2026)”.

Procedencia: mercado nacional

El mercado interno constituye la columna vertebral del turismo salteño. Los principales centros emisores nacionales, de acuerdo a informes del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta 2024 - 2026, son:

- Noroeste Argentino (NOA): Tucumán (12 %) y Jujuy (10 %) figuran entre los principales mercados nacionales, con San Miguel de Tucumán y San Salvador de Jujuy como las

ciudades de mayor aporte. La proximidad geográfica y la identidad cultural compartida explican este peso.

- Buenos Aires: primer mercado nacional por volumen de visitantes (18 %, al que se suma CABA con el 9 %), con fuerte presencia en todas las temporadas.
- Córdoba (9 %): mercado nacional relevante, con crecimiento sostenido en los últimos períodos relevados.

Procedencia: mercado internacional

La participación internacional oscila entre el 11 % y el 17,2 % del total de arribos según la temporada (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2025a; 2025b). Los cinco principales mercados emisores internacionales son:

Tabla 22. Principales mercados internacionales

País de origen	Participación (promedio / rango)	Comportamiento por temporada
Brasil	22,9 % – 28,0 % del total internacional	Mercado líder sostenido, con pico en temporada de invierno (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2024; 2025c).
Uruguay	12,7 % – 15,7 %	Segundo mercado internacional de forma consistente en todas las temporadas relevadas.
Francia	11,0 % – 12,4 %	Principal mercado europeo. Perfil de turista con estancias más largas y alto interés en cultura y naturaleza.
Chile	2,8 % – 8,8 %	Mercado estratégico. Siempre en el top 10 de mercados emisores (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2025a; 2025b; 2025c).
Alemania	4,2 % – 7,9 %	Crecimiento sostenido en el período analizado. Junto a Francia, lidera el segmento europeo.

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

El mercado chileno merece especial atención en el contexto del CBC: se consolida como componente estratégico del flujo internacional de Salta, con presencia estable en todas las temporadas y crecimiento notable en el período invierno 2024-2025 (de 3,4 % a 8,8 %). En invierno 2025 se convirtió en el cuarto mercado emisor internacional, solo por detrás de Brasil, Uruguay y Francia (Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, 2025c).

Perfil demográfico y modalidad de viaje

Tabla 23. Perfil demográfico y modalidad de viaje

Variable	Dato
Rango etario predominante	El 60 % de los visitantes se sitúa entre los 35 y 55 años
Modalidad de viaje: en familia	36 % – 43 % de los visitantes
Modalidad de viaje: en pareja	28 % – 33 % de los visitantes
Fidelidad / repitencia	Entre el 44 % y el 49 % ya habían visitado la provincia anteriormente
Transporte: vehículo particular	50 % – 60 % de los turistas nacionales utilizan vehículo propio

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de ministerios y organismos gubernamentales de la provincia

Indicadores económicos y estadía por temporada

Tabla 24. Gasto diario y pernocte por temporada

Indicador	Verano 2025	Semana Santa 2025	Invierno 2025
Gasto diario promedio (ARS)	$107.074	$117.022	N/D
Pernocte promedio (noches)	4,9 noches	2,8 noches	4,1 noches

Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (2025a; 2025b; 2025c).

Eje 5 — Comercialización y posicionamiento

5.1 Canales, plataformas y presencia digital

La comercialización turística de Salta se articula en torno a una estrategia multisectorial que combina canales tradicionales y digitales. El Plan LIDERAR (actualización 2025) establece tres programas de comercialización (consumidor final, trade turístico y prensa/influencers), con acciones nacionales e internacionales diferenciadas.

La provincia de Salta desarrolla desde hace más de quince años una política sostenida **de marketing turístico y construcción de marca destino** que logró consolidarse como uno de los casos más reconocidos de posicionamiento turístico provincial en Argentina. El eje central de esta estrategia fue la consolidación de la marca "**Salta, tan linda que enamora**", convertida con el tiempo en uno de los eslóganes turísticos con mayor nivel de reconocimiento y recordación del país.

El origen institucional de esta estrategia puede rastrearse a partir de 2008-2009, cuando la provincia comenzó a profesionalizar sus políticas de promoción turística incorporando herramientas de branding territorial, segmentación de mercados y marketing experiencial. En noviembre de 2009 se lanzó oficialmente, en la Feria Internacional de Turismo (FIT) de Buenos Aires, la campaña "Salta, tan linda que enamora", orientada a diferenciar a la provincia mediante una narrativa centrada en la belleza paisajística, la hospitalidad local, la cultura tradicional, los vinos y la diversidad de experiencias. La marca se consolidó luego mediante campañas temáticas y segmentadas —como "Salta, una receta que no falla" (2023), enfocada

en gastronomía y turismo cultural, y más recientemente "Salta Resalta"—, con creciente incorporación de redes sociales y plataformas digitales y una fuerte articulación con eventos deportivos internacionales, recitales, producciones cinematográficas y televisivas y figuras del folclore como embajadores turísticos. Este modelo fue reconocido con el Premio Mercurio de la Asociación Argentina de Marketing en 2010 —principal distinción a la excelencia en marketing del país— y nuevamente en 2022 y 2024, destacándose la permanencia y actualización del caso "Salta, tan linda que enamora" como política sostenida de posicionamiento territorial.

Un componente importante de la estrategia de promoción fue la incorporación sistemática de **influencers, creadores de contenido y prensa especializada**. El Ministerio de Turismo organizó en reiteradas ocasiones viajes de familiarización ("fam tours") para influencers nacionales, periodistas y generadores de contenido digital, quienes difundieron experiencias vinculadas al Tren a las Nubes, Cafayate, Cachi, la Puna y la gastronomía salteña. Estas acciones fueron complementadas con producción audiovisual profesional adaptada a Instagram, Facebook, TikTok y YouTube.

La estrategia de comunicación digital provincial se apoya principalmente en la plataforma oficial **Visit Salta (https://visitsalta.ar/),** que funciona como portal integral de promoción turística, información de destinos, agenda de eventos, experiencias y servicios turísticos provinciales. El sitio centraliza contenidos audiovisuales, mapas interactivos, campañas estacionales y herramientas de planificación de viajes orientadas tanto al turismo nacional como internacional.

En redes sociales, la principal identidad digital institucional es **@visitsalta**, utilizada de manera articulada en Instagram, Facebook, TikTok, X/Twitter y YouTube. Las cuentas oficiales desarrollan una estrategia basada en fotografía paisajística de alta calidad, reels de experiencias turísticas, storytelling territorial, promoción gastronómica y cobertura en tiempo real de eventos culturales y festivales provinciales.

En paralelo, se desarrollaron acciones bajo el concepto "Viajá por Salta", orientadas al mercado interno provincial y regional. Asimismo, la provincia implementó campañas digitales específicas vinculadas a eventos masivos y productos turísticos estratégicos.

Otra herramienta es la plataforma **Voy a Salta (voyasalta.ar), creada en 2020 por el Gobierno de la Provincia de Salta y el sector privado local, que desde entonces se ha relanzado** periódicamente en distintas temporadas para ofrecer beneficios exclusivos a turistas nacionales e internacionales. La plataforma permite adquirir en línea paquetes, alojamientos y excursiones.

También existe la plataforma oficial de experiencias descrita en 2.3 (https://experiencias.turismosalta.gov.ar/), que ofrece un catálogo de experiencias

verificadas y habilitadas en las categorías de Aventura, Cultura, Gastronomía, Naturaleza, Bienestar y Turismo Comunitario.

Tabla 25. Canales, plataformas y presencia digital

Dimensión	Situación actual
Marca y posicionamiento	"Salta, Tan Linda que Enamora" (desde 2008-2009)
Web Oficial	https://visitsalta.ar/
Otras plataformas oficiales	voyasalta.ar; experiencias.turismosalta.gov.ar
Redes	Instagram (@visitsalta): 220.000 seguidores; Facebook: 536.000 seguidores; TikTok: s/d; YouTube (@VisitSalta_oficial): 3.740 suscriptores, 146 videos
Canales de venta predominantes	Agencias tradicionales (197 agencias de viaje habilitadas), OTAs (Booking, Airbnb, Despegar, Trip Advisor), venta directa/RRSS (pequeños prestadores).

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

La oferta turística muestra, además, señales de renovación y diversificación a través de propuestas de mayor enfoque experiencial. Se identifican iniciativas innovadoras en distintos ejes —turismo astronómico, aviturismo, turismo rural comunitario con base en comunidades originarias, experiencias gastronómicas de identidad territorial, turismo de bienestar y circuitos de turismo activo de nicho— que amplían y enriquecen el portafolio tradicional del destino. Estas propuestas emergen tanto desde operadores privados especializados como desde las propias comunidades locales, y representan un activo diferencial de autenticidad y valor cultural. Sin embargo, en la mayoría de los casos se trata de emprendimientos con capacidades comerciales aún incipientes y baja visibilidad en los principales mercados emisores.

5.2 Presencia de la oferta de Salta en la cartera comercial de DMC, operadores y agencias

Principales circuitos turísticos comercializados por las agencias de viajes de Salta

A pesar de la diversificada oferta turística de la provincia, no todas las propuestas logran el mismo nivel de comercialización. En su mayoría, las agencias de viajes locales ofrecen una cartera homogénea de excursiones regulares en modalidad full day, con salida y regreso a la ciudad de Salta. Los productos con mayor presencia en el mercado corresponden a los circuitos tradicionales hacia Cafayate (Quebrada de las Conchas y bodegas), Cachi (Cuesta del Obispo y Parque Nacional Los Cardones), Salinas Grandes y Purmamarca, la Quebrada de Humahuaca, el Hornocal, San Antonio de los Cobres y el Tren a las Nubes, además del clásico City Tour urbano; en menor medida se comercializan opciones como Iruya, Tolar Grande y circuitos combinados de varios días, como la Vuelta a los Valles Calchaquíes. Coexiste con esta oferta masiva un segmento de agencias y operadores especializados en nichos como el turismo de aventura, las expediciones a la Puna y el diseño de viajes personalizados o de incentivos. Cabe destacar, asimismo, que la estructura empresarial de las agencias salteñas no

limita su operación al territorio provincial: comercializan activamente atractivos de todo el Norte Argentino —con especial énfasis en Jujuy— e integran en su catálogo circuitos internacionales combinados hacia Chile y Bolivia.

Principales circuitos turísticos comercializados por DMC de Argentina y Chile

El relevamiento de la oferta comercial de operadores receptivos (DMC), mayoristas y agencias de viajes de Argentina y Chile realizado para este estudio evidencia una marcada concentración de la programación turística en un conjunto reducido de productos consolidados del destino Salta.

La **ciudad de Salta** constituye el principal punto de entrada y base de operación de los circuitos regionales. La mayoría de los operadores la utilizan como centro de distribución de excursiones y circuitos, tanto en programas exclusivos de la provincia como en itinerarios integrados con Jujuy, San Pedro de Atacama y el Salar de Uyuni.

Entre los productos provinciales con mayor presencia destacan el **circuito de los Valles Calchaquíes**, particularmente el recorrido Salta–Cachi–Cafayate, generalmente asociado al Parque Nacional Los Cardones, la Cuesta del Obispo y la Quebrada de las Conchas. Asimismo, el **Tren a las Nubes** se consolida como uno de los principales productos emblemáticos del destino, comercializado tanto como excursión independiente como integrado a circuitos de varios días. En menor medida aparecen otros productos, como San Lorenzo, asociado principalmente a actividades de naturaleza y cabalgatas, y el patrimonio histórico y arquitectónico de la ciudad de Salta como complemento de la experiencia urbana.

En términos generales, la oferta analizada muestra que **Salta rara vez se comercializa como un destino aislado**. La mayor parte de los programas la integran con Jujuy, especialmente mediante recorridos por la Quebrada de Humahuaca, Purmamarca, Tilcara y las Salinas Grandes, configurando el producto regional “Noroeste Argentino”. Paralelamente, se observa una importante presencia de circuitos internacionales que vinculan Salta con San Pedro de Atacama y el Salar de Uyuni, posicionando a la provincia como uno de los principales nodos de articulación turística del CBC.

Del análisis de los DMC argentinos y chilenos surge que, mientras los operadores argentinos incorporan a Salta en sus catálogos —tanto en el segmento receptivo internacional especializado como en el mercado masivo nacional—, los operadores chilenos prácticamente no la incluyen en su programación, apareciendo únicamente en un circuito ofrecido por una sola empresa; esta diferencia revela una brecha comercial significativa entre ambos mercados. Entre los operadores argentinos se identifican dos estrategias diferenciadas: los especializados en turismo receptivo internacional desarrollan circuitos de mayor duración, que integran la ciudad de Salta con la Puna, los Valles Calchaquíes, la Quebrada de Humahuaca y los cruces internacionales hacia Chile y Bolivia, mientras que los orientados al

mercado doméstico comercializan principalmente paquetes tradicionales centrados en la ciudad de Salta y los principales atractivos provinciales y regionales.

Asimismo, el estudio identifica algunos circuitos binacionales o trinacionales, todos ellos estructurados utilizando el Paso de Jama como principal nodo de articulación entre Argentina y Chile y con la ciudad de Salta como punto de inicio del recorrido en territorio argentino. La mayor parte de estos productos es comercializada por operadores especializados en turismo receptivo internacional, consolidando el eje Salta–San Pedro de Atacama–Uyuni como el principal circuito turístico multinacional asociado al Corredor Bioceánico de Capricornio.

Los operadores chilenos comercializan predominantemente productos concentrados en destinos nacionales, particularmente San Pedro de Atacama y el desierto de Atacama, sin desarrollar propuestas binacionales que integren ambos países. Incluso aquellos operadores que incluyen circuitos por el noroeste argentino mantienen esa programación desvinculada de su oferta turística en Chile.

5.3 Articulación comercial binacional

La articulación comercial con el norte chileno es identificada por los operadores turísticos consultados en Salta como un eje estratégico, con antecedentes de acción que se remontan a muchos años. Solo para ejemplificar, entre 2010 y 2014 se realizaron caravanas de promoción y acciones en puntos de venta en Antofagasta, Iquique y Calama, incluyendo presencia en centros comerciales y vía pública. En 2019, el Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de Salta y el Servicio Nacional de Turismo de la Primera Región de Tarapacá suscribieron un convenio bilateral para potenciar el turismo entre ambos destinos. En los últimos años se realizaron acciones puntuales, como presentaciones del destino.

En el año 2025, ante la demanda histórica del mercado regional, operadores receptivos de Salta —entre ellos Tastil Viajes y Ábaco Servicios de Viajes— estructuraron en noviembre y diciembre una alianza comercial con la aerolínea JetSMART que permite ofrecer paquetes con vuelo directo Salta–Iquique sin escalas, traslados y hotelería. La acción tuvo resultados positivos y reactivó una conectividad aérea que el mercado venía demandando.

Sin embargo, los propios empresarios salteños señalan que la relación comercial binacional presenta una asimetría que es necesario revertir: el flujo de salteños y jujeños hacia el norte chileno —especialmente hacia sus ciudades y playas— es significativamente mayor que el flujo inverso de chilenos del norte hacia Salta. Esta asimetría instala como prioridad el fortalecimiento del turismo receptivo, mediante productos, canales y acciones de promoción específicamente orientados a convertir al norte chileno en un mercado emisor activo hacia Salta, y no solo a aprovechar el flujo salteño hacia Chile como base del vínculo binacional. Esta lectura es consistente con lo relevado en las reuniones de diagnóstico del lado chileno, donde los operadores de Iquique y Antofagasta reconocen que los vínculos comerciales con

operadores argentinos se han diluido en el tiempo y que no existen productos binacionales formalizados que traigan turistas chilenos hacia el NOA.

En paralelo, existen circuitos operados por tour operadores privados que combinan Salta con San Pedro de Atacama (Región de Antofagasta), aprovechando la proximidad geográfica y la complementariedad entre los atractivos del desierto de altura y la puna salteña, por un lado, y los valles y yungas del noroeste argentino, por otro. Sin embargo, presentan brechas muy relevantes que obstaculizan su crecimiento, como ya se expuso.

Los empresarios de ambos países coinciden en que la articulación comercial binacional debe fortalecerse de manera sistemática. Las propuestas recogidas en las reuniones de diagnóstico en Salta apuntan a organizar workshops de comercialización entre operadores del norte argentino, el norte chileno y Bolivia; multiplicar los viajes de familiarización recíprocos; desarrollar convenios de reciprocidad entre turismo y minería para captar el flujo de visitantes corporativos vinculados a la actividad extractiva; reforzar la presencia promocional de Salta en aeropuertos y terminales del norte de Chile; fortalecer los vínculos institucionales con autoridades locales de Chile y Bolivia; y avanzar en la simplificación de los procedimientos fronterizos. En esta línea, se plantea la integración con destinos bolivianos del altiplano como una oportunidad para ampliar la arquitectura de circuitos del corredor.

Eje 6 — Formalización, calidad y capital humano

6.1 Empleo, formalización y calidad

Según estimaciones elaboradas sobre la base del SIPA y la EPH, el turismo genera en Salta 51.432 puestos de trabajo directos e indirectos (2024).[17]

El informe Salta 360 (2026) indica que la tasa de **informalidad** laboral en el total provincial fue del 31,9 % en el tercer trimestre de 2025, con mayor incidencia en el interior provincial (Resto de Salta).

6.2 Oferta formativa y programas de capacitación

El Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta impulsa un sistema de capacitación turística a través de la plataforma **www.turismotecapacita.com**, que ofrece cursos y talleres de formación para prestadores turísticos, gestores municipales y emprendedores del sector. Los ejes formativos incluyen:

- Eje de Fortalecimiento Institucional: gestión turística municipal, articulación público-privada
- Eje de Desarrollo de la Oferta: creación de productos y experiencias, recopilación de datos turísticos

[17] Fuente: MTyD de Salta: Estimación en base a SIPA, y EPH. Último dato disponible.

- Eje de Promoción y Posicionamiento del Destino: marketing digital, gestión de redes sociales
- Eje de Sostenibilidad: desarrollo turístico sostenible, huella de carbono, economía circular
- Eje de Gestión de Calidad: estándares de calidad, atención al visitante, protocolo

La plataforma ofrece formatos presenciales, virtuales e híbridos, con cápsulas informativas dirigidas en particular a gestores turísticos municipales. Esto resulta especialmente relevante para fortalecer la capacidad institucional en los 60 municipios de la provincia.

La provincia de Salta cuenta con una oferta educativa consolidada en turismo, con instituciones de trayectoria en la formación del sector. En este marco, la Universidad Católica de Salta (UCASAL) se destaca como el principal referente regional en la materia, con la mayor diversidad de programas académicos en los niveles de pregrado, grado y posgrado, tanto en modalidad presencial como a distancia (Licenciatura en Turismo, Licenciatura en Gastronomía, Tecnicatura en Turismo, Guía Universitario de Turismo, Tecnicatura en Organización de Eventos y Maestría en Gestión del Turismo Sostenible).

La oferta formativa en turismo de la provincia es relativamente diversificada y se distribuye entre el nivel terciario no universitario y el universitario, con presencia tanto en la capital provincial como en localidades del interior. En el nivel terciario se organiza en tres orientaciones: la Tecnicatura Superior en Turismo, dictada en cinco institutos —tres en la Ciudad de Salta (Instituto Superior del Profesorado N° 6005, Jean Piaget N° 8048 e ISICANA N° 8234), uno en Orán y una extensión áulica en Los Toldos–Santa Victoria—; la Tecnicatura Superior en Idiomas Aplicados a los Servicios Turísticos, en cuatro sedes (dos en la Ciudad de Salta y dos en el interior, Cafayate y La Viña–Coronel Moldes); y la Tecnicatura Superior en Administración Hotelera y Turística, en una única institución (VATEL Escuela Internacional de Administración Hotelera y Turística N° 8209, en la Ciudad de Salta). En el nivel universitario, la oferta incluye la Tecnicatura Universitaria en Gestión Turística de la Universidad Nacional de Salta (UNSA), con sede principal en Cafayate y extensión áulica en la capital, y la Tecnicatura Universitaria de Turismo de UPATECO, con sede en Rosario de Lerma.

Sin considerar la oferta de la UCASAL, la oferta terciaria y universitaria suma 13 sedes o extensiones activas en 2026. Su distribución territorial muestra una concentración marcada en la Ciudad de Salta y, en segundo lugar, en los Valles Calchaquíes (en particular, Cafayate).

A pesar de la robusta base académica, se identifica una brecha en la formación técnica de nicho —por ejemplo, en perfiles de guías de alta montaña y guías con fluidez en idiomas extranjeros—. Esta carencia de capital humano se advierte especialmente en las localidades del interior.

Eje 7 — Sostenibilidad

7.1 Cambio Climático

La Provincia de Salta ha desarrollado, en el marco del Proyecto ARG19003 del PNUD y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Nación, un análisis específico sobre los impactos del cambio climático en sus destinos turísticos, elaborado por el Punto Focal Provincial de Cambio Climático de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable.

Entre 1960 y 2010 la provincia experimentó un aumento de más de 0,7°C en la temperatura media anual, una reducción del número de días con heladas y un ascenso de más de 100 metros en la altitud de la isoterma de 0°C. En materia de precipitaciones, se registró un leve aumento en la mayor parte del territorio —con excepción de la zona andina— acompañado de una mayor concentración de lluvias en eventos torrenciales de más de 30 mm, una acentuación de las diferencias entre la estación seca y la húmeda, y un aumento del estrés hídrico en invierno por la combinación de más días sin precipitaciones y temperaturas más altas.

Las proyecciones climáticas para el futuro cercano (2015–2039) indican aumentos de temperatura de entre 0,5°C y 2°C según el escenario de emisiones considerado. Para el futuro lejano (2075–2099), en el escenario de altas emisiones (RCP 8.5), el incremento podría superar los 4°C en el este de la provincia, con impactos muy severos sobre la habitabilidad y la actividad turística. En materia de precipitaciones, se proyectan aumentos leves en el este de la región y reducciones en la Puna y los Altos Andes, lo que agravará el estrés hídrico en los destinos de altura.

El análisis territorial identifica impactos diferenciados según la región climática. El Chaco Seco Norte y las Yungas concentran los impactos más críticos: incendios forestales, expansión del vector del dengue, inundaciones en poblaciones e impactos sobre la infraestructura vial. La Puna y los Altos Andes enfrentan el retroceso de glaciares, escasez de agua en períodos secos y degradación de ecosistemas de humedales. Los Valles Calchaquíes registran sequías, impacto sobre cultivos y ganado, y torrencialidad con daños en la infraestructura vial. El impacto observado más alto y muy alto se concentra en el noroeste (Santa Victoria, Iruya, Tartagal) y en el noreste chaqueño (General San Martín, Rivadavia), precisamente los territorios con mayor vulnerabilidad social y menor infraestructura de respuesta.

El análisis identifica riesgos diferenciados para los cuatro circuitos turísticos provinciales. El Circuito Norte enfrenta aumento de olas de calor, inundaciones, cortes de infraestructura vial, prolongación de períodos secos, escasez de agua en poblaciones vulnerables y expansión del dengue. El Circuito Sur suma a esos riesgos el aumento de torrencialidad y granizo, y la proliferación de algas y cianobacterias en cuerpos de agua turísticos. Los Valles Calchaquíes presentan disminución de heladas, prolongación de días secos, aumento de torrencialidad e inundaciones, impacto en infraestructura vial y aumento del estrés hídrico —este último

especialmente relevante para el enoturismo y la agricultura local—. El Circuito Puna y Andino enfrenta el riesgo más estructural: disminución de precipitaciones, aumento de temperatura, retroceso de glaciares y humedales, y escasez crónica de agua para poblaciones y ganado, lo que afecta directamente la base de atractivos naturales y la viabilidad de los servicios turísticos en la zona de mayor potencial para el corredor binacional.

En materia de infraestructura vial, el documento identifica once tramos específicos de rutas nacionales y provinciales que ya sufren cortes recurrentes por lluvias torrenciales, crecidas de ríos y deslizamientos. Entre ellos se destaca la RN 51 en Campo Quijano —el acceso al paso de Sico y al corredor hacia Chile— que se corta en los badenes cuando las precipitaciones son elevadas. Este riesgo climático se superpone directamente con la brecha vial identificada en el eje de infraestructura y refuerza la urgencia de la pavimentación del tramo San Antonio de los Cobres–Paso de Sico.

El Plan de Respuesta Provincial incluye el Turismo Sostenible como una de sus siete líneas estratégicas, con cinco sublíneas: transporte y viajes sustentables, hotelería eficiente, apoyo a la conservación de áreas protegidas, turismo como motor de desarrollo rural, y gestión de riesgos y alerta temprana. Esta institucionalización del vínculo entre cambio climático y turismo en la agenda provincial constituye un marco favorable para la incorporación de criterios de resiliencia climática en los proyectos del corredor.

7.2 Áreas protegidas y turismo de naturaleza en la provincia de Salta

El territorio provincial cuenta con una red de áreas protegidas administradas bajo dos jurisdicciones diferentes: el Sistema Provincial de Áreas Protegidas (SiPAP), dependiente de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Provincia, y el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, administrado por la Administración de Parques Nacionales. En ese marco, la Administración de Parques Nacionales gestiona en Salta cuatro áreas protegidas nacionales: los parques nacionales Los Cardones, El Rey y Baritú, además de la Reserva Nacional El Nogalar de Los Toldos. Estas áreas representan algunos de los ambientes naturales más valiosos del país, incluyendo las Yungas, el Chaco Serrano, el Monte y los Altos Andes, y constituyen escenarios privilegiados para el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza, tales como el senderismo, la observación de aves y fauna silvestre, la fotografía de paisajes, la interpretación ambiental y la educación ambiental. Aunque muchas de estas áreas ya han avanzado en sus planes de uso público —con senderos interpretativos, miradores y áreas de pícnic— y promueven actividades como el astroturismo, su infraestructura e instalaciones turísticas requieren fortalecerse.

Áreas protegidas de Salta

Jurisdicción Provincial (SiPAP)

Entre las más importantes se encuentran:

- Reserva Provincial Acambuco
- Reserva Provincial Laguna Pintascayo
- Reserva Provincial Los Palmares
- Reserva Provincial Finca Las Costas
- Reserva Natural Quebrada de las Conchas

Jurisdicción Nacional (APN)

- Parque Nacional Los Cardones
- Parque Nacional El Rey
- Parque Nacional Baritú
- Reserva Nacional El Nogalar de Los Toldos

7.3 Iniciativas y programas de sostenibilidad

Salta cuenta con un conjunto de iniciativas de sostenibilidad de alcance provincial y municipal:

- Programa de Sostenibilidad del Plan LIDERAR (actualización 2025): incluye 28 proyectos organizados en cuatro áreas: huellas (hídrica, plásticos, carbono), apoyo a comunidades locales, comunidades proactivas e información/comunicación. El programa incluyó la Plataforma Salta Destino Sostenible (www.saltadestinosostenible.gob.ar), actualmente inactiva.
- Programa “Km 0” de gastronomía: impulsa la gastronomía de cercanía y la cocina de identidad salteña, reduciendo la huella de carbono y valorizando la producción local. Vinculado con el movimiento Slow Food (Coronel Moldes fue pionero en Argentina).
- Programa de **Turismo Comunitario**: apoyo a comunidades originarias para el desarrollo de experiencias turísticas auténticas y de base comunitaria.

Eje 8 — Gobernanza e institucionalidad

La gobernanza turística es uno de los pilares diferenciadores de Salta a escala nacional. La provincia cuenta con una institucionalidad sectorial madura, una tradición de planificación de largo plazo y una articulación público-privada consolidada que la posiciona como referencia en el NOA y en el contexto del Corredor Bioceánico de Capricornio.

8.1 Estructura institucional del turismo

Marco legal fundacional

El turismo en Salta está consolidado como política de Estado desde hace varias décadas. Un hito fundamental fue la sanción de la Ley Provincial de Turismo N° 7045, ley marco vigente del sector.

El Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta es la autoridad de aplicación en materia turística, con rango ministerial pleno. Esta jerarquización —que le otorga al turismo el mismo nivel institucional que otras carteras estratégicas— es señalada expresamente en la Guía de Oportunidades de Inversión Turística como uno de los factores competitivos distintivos de la provincia. Dentro de su estructura, la Dirección de Registros y Control de Servicios Turísticos es el organismo que gestiona y administra el padrón provincial de prestadores turísticos habilitados —alojamientos, guías, agencias de viajes, operadores de turismo aventura, rent a car, organizadores de eventos, entre otros— garantizando el cumplimiento del marco normativo vigente.

La estructura institucional del turismo salteño incorpora formalmente al sector privado mediante una red consolidada de cámaras y asociaciones que, en el marco del Consejo Asesor instituido por la Ley Provincial de Turismo, funcionan como plataformas de diálogo, representación y cooperación. Estas instituciones participan en el diseño de políticas públicas y canalizan las necesidades y propuestas de los actores del sector.

Tabla 26. Organizaciones sectoriales y mixtas del turismo en Salta

ORGANISMO	ROL / OBSERVACIONES
Cámara de Turismo de Salta	Principal referente gremial del sector privado turístico. Sus informes y posicionamientos son incorporados al diseño de políticas públicas del Ministerio. Participa en el Consejo Asesor de Turismo.
Cámara Hotelera y Gastronómica	Representación del sector de alojamiento y gastronomía provincial.
Asociación Hotelera y Turística de la República Argentina (AHT) — filial Salta	Filial provincial de la asociación nacional. Articula posiciones del sector hotelero en instancias nacionales.
Asociación de Operadores y Prestadores de Turismo Aventura (ADOPTA)	Representación de operadores de turismo activo y aventura; sector de alta dinámica en Salta.
Bureau de Congresos y Convenciones de Salta (Salta Convention & Visitors Bureau)	Organismo mixto para la promoción del turismo de reuniones (MICE). Apoya la captación de congresos, convenciones y eventos internacionales.
Asociación Salteña de Agencias de Viajes (ASAT)	Representación de las agencias de viajes de la provincia.
INPROTUR Salta — Instituto de Promoción Turística Internacional de Salta	Directorio integrado por representantes del sector público y privado (sociedad del Estado, Cámara de Turismo, Cámara Hotelera, AHT y ASAT). Aborda estudios segmentados de mercados y acciones de promoción nacional e internacional.

Fuente: Elaboración propia partir de diversos informes y bases de datos oficiales de organismos gubernamentales y privados de la provincia

Los municipios han cobrado un rol estratégico tanto en el desarrollo como en la planificación turística. Muchos de ellos cuentan con áreas específicas de turismo y cámaras locales activas. Entre las principales organizaciones del sector privado de alcance local se encuentran la Cámara de Comercio y Turismo de San Lorenzo, Cámara de Turismo de Iruya, Cámara de Prestadores Turísticos de Vaqueros, Cámara de Turismo del Norte Salteño, Cámara de Turismo de Campo Quijano, Asociación de Turismo de Cafayate, Cámara de Turismo de Chicoana, Cámara de Turismo de Cerrillos, Cámara de Turismo de Rosario de la Frontera y Cámara de Turismo de Cabra Corral. Muchos municipios inclusive han avanzado en generar marcas turísticas propias como es el caso de la propia Ciudad de Salta, San Lorenzo, Cafayate, Cachi, entre otros y tienen agendas de promoción y capacitación independientes del gobierno provincial.

Tabla 27. Gobernanza del turismo

MECANISMO	DESCRIPCIÓN
Consejo Asesor de Turismo	Instancia formal de coordinación público-privada. Se reúne mensualmente. Articula las visiones del Ministerio y las cámaras sectoriales.
Reuniones con directores municipales de turismo	Encuentros anuales entre el Ministerio y los directores de turismo de los municipios turísticos de la provincia.
INPROTUR Salta — Directorio mixto	Directorio integrado por representantes públicos y privados. Funciona como espacio de coordinación para la promoción nacional e internacional. Ha desarrollado estudios segmentados de mercados turísticos.

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

8.2 Planificación sectorial

La provincia de Salta se distingue por una tradición sostenida de planificación turística de largo plazo, que incluso contó con el respaldo financiero del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para dos programas sectoriales de turismo. Esta trayectoria le confiere al sector una estabilidad estratégica que facilita la atracción de inversiones y la construcción de confianza entre actores públicos y privados.

En la actualidad es el **Plan Estratégico de Turismo LIDERAR** el que está vigente. **Por otro lado la Provincia cuenta con un** Plan estratégico integral de desarrollo provincial, el Plan Salta 2030, que en 2026 inició su proceso participativo de actualización con horizonte 2050. Del Plan surgió el **Consejo Económico y Social de la Provincia (CES),** un órgano colegiado y consultivo del Gobierno provincial, del cual forma parte la Cámara de Turismo de Salta, junto a otras instituciones. Su objetivo principal es generar un espacio de diálogo entre distintos sectores de la sociedad para planificar políticas públicas y trazar los lineamientos del desarrollo estratégico y productivo a mediano y largo plazo.

Tabla 28. Planificación sectorial

INSTRUMENTO	ALCANCE TEMPORAL	DESCRIPCIÓN
Plan Estratégico de Turismo LIDERAR	Visión 2027	Principal instrumento de planificación sectorial provincial. Elaborado de forma participativa y federal, integra estrategias de desarrollo de la oferta, formación de capital humano y promoción. Organiza el territorio en 7 regiones turísticas. Incluye 11 submarcas territoriales bajo el paraguas “Salta, Tan Linda que Enamora”.
Plan Salta 2030 Actualización 2050.	Visión 2030	Plan estratégico integral de desarrollo provincial. Identifica el turismo como uno de los sectores estratégicos de la economía salteña. En la actualidad, el Consejo Económico y Social (CES), con el apoyo del Gobierno de la Provincia, ha iniciado el proceso de actualización con horizonte 2050.

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

8.3 Marco normativo

El sector turístico de Salta opera bajo un cuerpo normativo estructurado en dos niveles —nacional y provincial— que cubre las principales actividades de la cadena de valor turística: alojamiento, agencias de viajes, guías de turismo, turismo activo y aventura, turismo rural comunitario, rent a car, turismo enológico y alquileres temporarios, entre otros.

Tabla 29. Marco normativo nacional

TIPO	N° / FECHA	OBJETO
Ley	25.997 — 05/01/2005	Ley Nacional de Turismo: marco general de la actividad turística a nivel federal.
Decreto	1297 — 27/09/2006	Decreto reglamentario de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997.
Ley	18.829 — 06/11/1970	Ley de Agencias de Viajes (derogada): regulaba la habilitación y funcionamiento de agencias a nivel nacional.
Decreto	2182 — 19/04/1972	Decreto reglamentario de la Ley de Agencias de Viajes N° 18.829.
Ley	25.599 — 13/06/2002	Ley de Turismo Estudiantil: regula los viajes de egresados y turismo estudiantil.
Ley	26.208 — 15/01/2007	Modificatoria de la Ley de Turismo Estudiantil N° 25.599.

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Tabla 30. Marco normativo provincial

TIPO	N° / FECHA	OBJETO
Ley	7045 — 02/09/2000	Ley Provincial de Turismo: ley marco del sector turístico salteño. Regula la estructura institucional, habilitaciones y ejercicio de la actividad.
Decreto	2461 — 26/09/2000	Decreto reglamentario de la Ley Provincial de Turismo N° 7045. Incluye regulación de rent a car.
Decreto	1125 — 14/08/1980	Alojamientos Turísticos: clasificación y habilitación de establecimientos de alojamiento.
Decreto	4764 — 21/11/2011	Modificatorio del régimen de alojamientos turísticos.
Resolución	1220 — 24/10/2018	Reglamentación de alquileres temporarios (alojamiento turístico no tradicional).
Decreto	1764 — 30/08/2005	Reglamentación de empresas de rent a car.
Decreto	2112 — 17/05/2010	Modifica parcialmente los decretos 2461/00 y 1764/05.
Decreto	636 — 10/03/2014	Modifica los decretos 2461/00, 1764/05 y 2112/10.
Resolución Ministerial	248 — 21/11/2016	Registro Provincial de Organizadores de Congresos, Convenciones y Eventos (MICE).
Resolución	216 — 18/05/2017	Registro Único de Turismo Activo, Alternativo o de Aventura.
Ley	7404 — 08/08/2006	Ley de Guías de Turismo: regula la habilitación y ejercicio profesional de guías en Salta.
Decreto	2070 — 28/08/2006	Decreto reglamentario de la Ley de Guías de Turismo N° 7404.
Ley	7673 — 26/07/2011	Modificatoria de la Ley de Guías de Turismo N° 7404.
Decreto	3129 — 15/10/2012	Reglamentación actualizada de guías de turismo.
Resolución Ministerial	195 — 20/08/2013	Registro Provincial de Turismo Rural Comunitario.
Resolución	53 — 18/06/2020	Modifica parcialmente la Resolución 195/13 de Turismo Rural Comunitario.
Resolución	177 — 03/05/2011	Registro Provincial de Prestadores de Servicios de la Ruta del Vino.
Ley	7824 (referencia)	Generación Distribuida y Balance Neto: regula el balance neto para el suministro de energía eléctrica generada por fuentes renovables; relevante para prestadores turísticos que incorporen energías renovables en sus instalaciones.

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

El Ministerio de Turismo y Deportes de Salta tiene en curso un proceso participativo de actualización y modernización del marco normativo sectorial, orientado a adecuarlo a las nuevas tendencias del turismo. Las principales iniciativas de reforma identificadas son:

- Nueva propuesta de legislación provincial de agencias de viajes: a raíz de la derogación de la ley nacional, se propone generar un marco provincial.
- Modificación de la Resolución de Turismo Activo y de Aventura: actualización de los estándares de habilitación y seguridad para los operadores de este segmento, de alta dinámica en la provincia.
- Actualización de la normativa de turismo comunitario: adecuación de los requisitos de registro y habilitación para las comunidades originarias que desarrollan actividades turísticas, con énfasis en la simplificación y la pertinencia cultural.

8.4 Programas de fomento e instrumentos financieros

La Guía de Oportunidades de Inversión Turística de Salta (2023) documenta la existencia de un conjunto de instrumentos financieros de fomento orientados a la mejora y expansión de la oferta turística provincial. Estos instrumentos combinan recursos provinciales —articulados principalmente a través del Consejo Federal de Inversiones (CFI)— con líneas nacionales y de la banca privada con orientación sectorial.

Tabla 31. Programas de fomento e instrumentos financieros

INSTRUMENTO / ORGANISMO	NIVEL	BENEFICIARIOS
INSTRUMENTOS PROVINCIALES		
CFI Liderar — Turismo (CFI / MTD Salta)	Provincial	MiPyMEs turísticas
FPI Ley 6891 — Desarrollo Productivo MiPyMEs (Banco Macro)	Provincial	MiPyMEs turismo, industria, agro, servicios
FPI — Crear Inversión Federal Pyme (Banco Macro)	Provincial	MiPyMEs economías regionales, comercio y turismo
CFI — Energías Renovables (CFI / UEP Salta)	Provincial	Personas humanas o jurídicas con actividad productiva
CFI — Reactivación Productiva (CFI / UEP Salta)	Provincial	Actividades agropecuarias, industriales, turísticas y mineras
INSTRUMENTOS NACIONALES		
CreAr PyME Federal (Sec. Industria / FONDEP)	Nacional	PyMEs industriales y servicios (cupo 20 % turismo)
CreAr PyME Leasing (Sec. Industria / FONDEP)	Nacional	PyMEs (bienes nacionales)
BNA — Inversión Productiva MiPyMEs (Banco Nación)	Nacional	Micro, pequeñas y medianas empresas, todos los sectores
BICE — Fondo Verde para el Clima (BICE)	Nacional	PyMEs con ahorro energético demostrable
BICE — Inversión Productiva MiPyMEs (BICE / SEPYME)	Nacional	MiPyMEs — innovación productiva
BANCA PRIVADA		
Credicoop — Hoteles y Gastronomía	Privado	Personas jurídicas y humanas con actividad hotelera o gastronómica
Credicoop — Desarrollo Sostenible	Privado	MiPyMEs hoteleras y gastronómicas
Credicoop — Hipotecario Comercial	Privado	Personas jurídicas y humanas con actividad comercial

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

2. Chile

Antofagasta

Eje 1 — Posicionamiento territorial

1.1 Datos básicos del territorio

La Región de Antofagasta, ubicada en el norte grande de Chile, es uno de los territorios más estratégicos del país desde el punto de vista geopolítico, económico y turístico. Limita al norte con la Región de Tarapacá, al este con Bolivia y Argentina, al sur con la Región de Atacama y al oeste con el océano Pacífico. Esta doble conexión fronteriza con Argentina —a través de los Pasos de Jama y Sico— la convierte en el nodo terminal pacífico del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC), articulando el tránsito entre el Atlántico y el Pacífico.

Con una superficie de 126.049 km², que representa el 16,67% del territorio chileno, la región alberga el tramo central del Desierto de Atacama, el más árido del mundo. Sus cielos, catalogados como los más limpios y transparentes del planeta, concentran más del 40% de la infraestructura astronómica mundial en operación o construcción —condición que funda su liderazgo global en astroturismo.

La Región de Antofagasta se organiza político-administrativamente en tres provincias — **Antofagasta, El Loa y Tocopilla**— y nueve comunas: Antofagasta, Mejillones, Taltal y Sierra Gorda (Provincia de Antofagasta); Calama, San Pedro de Atacama y Ollagüe (Provincia de El Loa); y Tocopilla y María Elena (Provincia de Tocopilla). Su capital regional es la **ciudad de Antofagasta.**

Según datos del Censo 2024, la región cuenta con aproximadamente 635.416 habitantes, de los cuales más del 85% se concentra en los núcleos urbanos de Antofagasta (401.096 hab.) y Calama (166.334 hab.), mientras que la Comuna de San Pedro de Atacama alberga 9.843 hab. Del total de la población, el 19,7 % corresponde a población inmigrante internacional y el 14,5% es o se considera descendiente de un pueblo indígena, principalmente atacameños o lickanantay (30,19%), Mapuche (15,40%); Diaguita (15,21%) y Aymara (15,11%). La tasa de alfabetismo de la región es del 99 % y la población presenta altos niveles de acceso a servicios básicos, como la red pública de agua para consumo, la energía eléctrica, el gas e internet.

Tabla 32. Datos básicos del territorio

INDICADOR	DATO
Superficie total	126.049 km² (16,67% del territorio de Chile)
Capital / ciudad principal	Antofagasta
Divisiones administrativas	3 provincias (Antofagasta, El Loa, Tocopilla) — 9 comunas
Población total (Censo 2024)	635.416 habitantes, (46,4% hombres / 53,6% mujeres). En el Registro Social de Hogares: 19,7% extranjeros, 14,5% pueblos indígenas (es o se considera).
Principales núcleos urbanos	Antofagasta (capital), Calama, Tocopilla, San Pedro de Atacama.
Actividades económicas principales	Minería (cobre y litio), Logística y comercio exterior, Pesca, Turismo.
Pobreza regional (CASEN 2024)	Incidencia de la pobreza multidimensional en la población: 17,3%, con una baja sustantiva en el período 2022-2024 (-4,6 p.p.) (CASEN 2024)
Empleo en turismo (ACT 2024)	24.270 personas (7,0% del total regional — una de las tasas más altas de Chile) — ENE/INE 2024
Llegadas a EAT	744.839 llegadas y 1.558.242 pernoctaciones (EMAT 2024, SERNATUR/INE) — 3ª posición nacional. Unidades de alojamiento: 6.492 con 13.002 plazas (Dic. 2025)
Pasos fronterizos principales (CBC)	Paso de Jama (Ruta 27-CH / RN 52, 4.230 msnm) y Paso de Sico (Ruta 23-CH / RN 51, 4.080 msnm)

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

1.2 Caracterización geográfica y morfológica

Entre sus características geográficas, la región cuenta con amplias planicies litorales, que se extienden especialmente en la zona de la Península de Mejillones y que se interrumpen con la Cordillera de la Costa. En esta zona se encuentran alturas superiores a 2.000 metros, y destaca el Cerro Paranal, en donde se instaló uno de los mayores telescopios del mundo, en el Observatorio Paranal. En la depresión intermedia se encuentra el Desierto de Atacama, el cual se ve reducido por la interrupción de la Cordillera de los Andes, conocida como la Cordillera de Domeyko. Entre esta y el macizo de los Andes se encuentra el altiplano, donde se destaca la formación de la Cordillera de la Sal, el Salar de Atacama y el nacimiento del Río Loa, el cual tiene una longitud de 440 kilómetros, siendo el más largo de Chile y el único que atraviesa el árido desierto. Más al este, en la Cordillera Andina, surge una zona altamente volcánica, destacando los volcanes Llullaillaco (6.739 msnm), Ollagüe (5.865 msnm), el Linzor (5.610 msnm) y el Licancabur (5.916 msnm), entre otros. Esta zona se caracteriza por la actividad geotérmica, que permite la formación de los Géiseres del Tatio. Más al oriente está la Puna de Atacama, que es una zona ubicada en el altiplano entre el límite con Bolivia y Argentina. Desde el punto de vista turístico, esta morfología se expresa en franjas longitudinales que condicionan tanto las actividades productivas como la oferta turística. De oeste a este se distinguen tres grandes unidades:

- Costa y Litoral (0–500 msnm): aproximadamente 550 km de costa pacífica con playas, caletas de pescadores artesanales, acantilados y bahías. Las ciudades de Antofagasta, Mejillones, Tocopilla y Taltal concentran la mayor parte de la infraestructura de servicios. La Corriente de Humboldt genera condiciones óptimas para deportes náuticos y una rica biodiversidad marina.

- Pampa y Pre-Cordillera (500–2.500 msnm): zona de las grandes salitreras históricas (María Elena —única salitrera activa del mundo—, Pedro de Valdivia, Chacabuco), del desierto y los primeros oasis. Aquí se ubica el nodo minero-industrial de Calama (cruzado por el Río Loa, el más largo de Chile) y el corredor del Alto Loa con sus comunidades atacameñas.

- Precordillera y Altiplano (2.500–5.500+ msnm): zona de mayor concentración de atractivos de jerarquía mundial. San Pedro de Atacama (2.408 msnm) es el epicentro: Salar de Atacama, Géiseres del Tatio (4.320 msnm), Valle de la Luna, lagunas altiplánicas, volcanes (Licancabur 5.916 msnm, Llullaillaco 6.739 msnm), comunidades atacameñas. La localidad de Ollagüe (3.696 msnm) es el nodo fronterizo con Bolivia por ferrocarril y ruta.

La región posee además un importante sistema de áreas protegidas: el Parque Nacional Llullaillaco[18], la Reserva Nacional Los Flamencos (rodea el Salar de Atacama; mayor

[18]El Parque Nacional Llullaillaco de Chile (administrado por CONAF) limita en la frontera internacional con Argentina. El punto de unión exacto entre ambos países en esta zona es el imponente Volcán Llullaillaco (de 6.739 msnm), compartido por la

biodiversidad de la puna chilena), el Parque Nacional Pan de Azúcar (límite sur, 110 ha que se comparten entre la región de Antofagasta y la Región de Atacama), Monumento Natural La Portada (ícono costero de jerarquía nacional), Reserva Nacional La Chimba (cordillera de la costa, representativa del desierto costero, a 15 km de Antofagasta), Monumento Natural Paposo Norte (dependiente de la Comuna de Antofagasta, a 65km) y Parque Nacional Morro Moreno (Península de Mejillones, a 65km al norte de Antofagasta). Las visitas a las ASPE[19] de Antofagasta sumaron 149.895 en 2025, con la Reserva Nacional Los Flamencos como atractivo dominante, seguida por MN La Portada.

La región alberga el tramo central del desierto más árido del mundo, con un clima desértico extremo y cielos diáfanos alrededor de 330 días al año, condición favorecida por la altitud. La costa goza de temperaturas templadas durante todo el año (15–22°C), mientras que el altiplano presenta amplias oscilaciones térmicas diarias (-15°C a 20°C) y notable radiación solar.

1.3 Caracterización económica y productiva

La economía antofagastina se sustenta en tres pilares —minería, logística y comercio exterior, y turismo— que configuran el perfil territorial y condicionan el desarrollo turístico.

Minería (cobre y litio): pilar dominante. Antofagasta es la principal región minera de Chile y una de las más importantes del mundo, concentrando la mayor producción de cobre del planeta. La minería representa el 57% de la actividad económica regional, el 45% del PIB minero de Chile, entre el 25 % y el 30 % de las exportaciones nacionales y la mayor parte de las exportaciones regionales (cobre, salitre y harina de pescado). La producción minera llevada adelante por Codelco (estatal) y privadas está destinada a la exportación, destacándose por su tecnología de avanzada y altos niveles de productividad (GORE Antofagasta). El sector de la minería reporta también el mayor efecto indirecto en otras actividades de la región: servicios empresariales, electricidad, gas, agua, gestión de desechos, comercio y transporte. Codelco (Corporación Nacional del Cobre de Chile), la mayor empresa productora de cobre del mundo y la principal compañía estatal del país, opera en la actualidad ocho minas, entre ellas la Mina Chuquicamata (1915 a la actualidad) que fue durante décadas el mayor yacimiento cuprífero a cielo abierto del mundo y con una producción actual de 266 miles de toneladas métricas de cobre fino (2025). Así mismo, Minera Escondida (BHP) es actualmente la mayor mina de cobre del mundo por producción. Según la Estrategia Regional de Innovación 2022-2028 (GORE Antofagasta), la región cuenta con más de 6.700 MW instalados y una demanda energética de 3.800 GWh/año creciendo al 3,5% anual, impulsada por los proyectos de litio y datacenters.

Provincia de Salta y la Región de Antofagasta

[19] Las ASPE (Áreas Silvestres Protegidas del Estado) son zonas de territorio chileno, tanto terrestres como acuáticas, administradas por la Corporación Nacional Forestal (CONAF)

Este perfil minero tiene implicancias directas para el turismo: genera infraestructura de alto estándar (aeropuertos, vialidad, servicios), demanda hotelería corporativa de calidad y produce atractivos turísticos particulares como las visitas a Mina Chuquicamata y al Centro Coloso de Escondida. También explica la tasa de pobreza inferior al promedio nacional, generando un mercado interno de servicios turísticos de calidad.

Logística y comercio exterior. El **Puerto de Antofagasta es el principal terminal de exportación minera del norte de Chile**. La región es el principal punto de salida al Pacífico de las exportaciones chilenas y bolivianas (a través del Ferrocarril Antofagasta-Bolivia, FCAB). El Puerto de Mejillones (Complejo Portuario Mejillones, CPM), con 9 terminales especializadas, complementa al de Antofagasta. **Calama opera como nodo logístico interior** hacia los pasos fronterizos con Argentina (Jama, Sico) y Bolivia (Ollagüe).

Las condiciones naturales de la región han motivado el establecimiento de cinco observatorios astronómicos, lo que la convierte en el mayor centro de estudio astronómico del mundo, siendo la industria del conocimiento una actividad relevante para la región. La infraestructura astronómica —con los observatorios científicos de clase mundial Paranal (VLT), ALMA y ELT en construcción—, sumada a los observatorios universitarios, genera una oportunidad de encadenamiento productivo basado en la ciencia y la tecnología y potencia el turismo de interés espacial. En ese marco, Antofagasta fue sede del 1er Astronomy Chile Industry Day en 2025, encuentro que reunió a centros de investigación, observatorios internacionales y representantes del sector productivo para explorar nuevas oportunidades de transferencia tecnológica y desarrollo industrial basadas en las capacidades científicas del país.

El **turismo** se reconoce como el tercer pilar económico de la región, con crecimiento sostenido. La actividad registró 27,69 miles de ocupados en ACT en el primer trimestre de 2026 (+8,9 % interanual), lo que representa el 4,1 % del empleo regional, una de las tasas más altas de Chile.[20] La región dispone de 8.193 empresas ACT, con ventas de 28.792.319 UF (+8,9 % en 2024), lo que evidencia la solidez del sector. La Estrategia Regional de Innovación 2022-2028 establece como ejes de desarrollo el turismo de intereses especiales y experiencial —fundamentalmente vinculado a la naturaleza (desierto, borde costero)—, el astroturismo y el turismo ancestral o indígena; a ellos se suman otras modalidades, como el turismo deportivo y el MICE, que se visualizan como oportunidades de desarrollo para la región.

Según lo manifestado por los referentes públicos de Antofagasta, la región cuenta además con una ventaja comparativa singular: la posibilidad de conectar el desierto más árido del mundo con el océano Pacífico, combinación que ningún otro destino del corredor ofrece con la misma escala y accesibilidad.

[20] Las ACT corresponden a las Actividades Características del Turismo. Son un conjunto de sectores económicos que prestan servicios o producen bienes destinados principalmente a los visitantes

En términos generales, Antofagasta presenta un esquema turístico con un altiplano interior altamente consolidado, liderado por San Pedro de Atacama a nivel internacional, un litoral costero con gran riqueza patrimonial y paisajística en desarrollo (con un gran impulso otorgado por el PTI Turismo Costero de CORFO) y una pampa en estadios de desarrollo mucho más incipientes.

1.4 Posicionamiento en el Corredor Bioceánico de Capricornio

La Región de Antofagasta ocupa un posicionamiento determinante dentro del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC). El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting – SPIM, 2026) identifica a Antofagasta como un **centro primario de comercio portuario y aeroportuario** en la jerarquía del sistema de ciudades del corredor, mientras que **Calama opera como centro intermedio orientado** al entorno minero y al comercio exterior por su proximidad a los pasos fronterizos de Jama y Sico.

El CBC atraviesa Antofagasta principalmente a través de dos ejes:

- **Eje Transversal / Pasos Andinos (Ruta 27-CH / Ruta 23-CH):** conecta los puertos del Pacífico con Argentina a través de los Pasos de Jama (4.230 msnm, con Jujuy) y Sico (4.080 msnm, con Salta). Corresponde a la Sección 2 del PM-CBC. **San Pedro de Atacama opera como el hub** turístico más consolidado del CBC en toda su extensión andina.
- **Eje Costero Norte-Sur (Ruta 5 Panamericana):** articula Antofagasta con Iquique (Tarapacá) hacia el norte y con el sur de Chile, constituyendo la columna vertebral del corredor costero y el acceso a los puertos. Corresponde al núcleo de la Sección 1 del PM-CBC.

La conectividad internacional de la región se sustenta principalmente en el **Paso de Jama**, que durante 2024 registró un total de 217.015 movimientos migratorios (considerando entradas y salidas), según los datos oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE) para la Región de Antofagasta, consolidándose[21] como el principal paso turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio. El **Paso de Sico**, por su parte, fortalece la vinculación directa con la provincia de Salta (Argentina) y complementa la articulación binacional del corredor.

La infraestructura logística regional está conformada por el **Puerto de Antofagasta**, principal terminal minero del norte de Chile, actualmente en proceso de expansión mediante inversiones estimadas en **USD 750 millones**, y por el **Puerto de Mejillones**, integrado por nueve terminales especializados y con nuevas inversiones cercanas a **USD 130 millones** destinadas a la ampliación de infraestructura para graneles[22].

[21] Servicio Nacional de Turismo de Chile – SERNATUR, 2025.

[22] Ambos proyectos forman parte de la cartera priorizada del Plan Maestro del Corredor Bioceánico de Capricornio (SLOTT Consulting–SPIM, 2026).

La conectividad aérea complementa este sistema logístico. Según estadísticas de la **Junta de Aeronáutica Civil de Chile (JAC)**, el **Aeropuerto Andrés Sabella Gallo (Antofagasta)** movilizó **1.979.883 pasajeros durante 2024**, con un crecimiento interanual del **9,1 %**, mientras que el **Aeropuerto El Loa (Calama)** registró **2.076.726 pasajeros**, equivalente a un incremento del **15 %** respecto de 2023. Ambos aeropuertos se posicionaron durante 2025 entre los tres de mayor tráfico del país.

Finalmente, el **Plan Maestro del Corredor Bioceánico de Capricornio** prioriza para la Región de Antofagasta una cartera de proyectos estratégicos orientados a fortalecer la competitividad logística y la integración internacional. Entre ellos destacan la concesión de la Ruta 5 entre Iquique y Antofagasta (PMCBC-CV-001); la Zona de Desarrollo Logístico La Negra (PMCBC-AT-055); la ampliación del Terminal de Contenedores del Puerto de Antofagasta (PMCBC-TP-065); el Centro de Apoyo al Paso Jama (PMCBC-PF-042); y el Centro de Control Fronterizo de Calama (PMCBC-PF-043) (SLOTT Consulting–SPIM, 2026).

Eje 2 — Oferta turística

2.1 Destinos, organización y planificación territorial del turismo

La oferta turística de Antofagasta se organiza en torno a cinco destinos estructurados que la plataforma oficial antofagasta.travel y el sistema Chile es Tuyo de SERNATUR articulan sobre un territorio de gran diversidad paisajística y cultural. El Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable, desarrollado conjuntamente por el MOP y la Subsecretaría de Turismo, orienta la inversión pública en infraestructura turística y clasifica los destinos según su estado de desarrollo.

Los destinos turísticos de la región se desarrollan bajo las modalidades de turismo litoral, urbano, rural y de naturaleza.

Tabla 33. Destinos turísticos de la región según grado de desarrollo y principales atractivos

DESTINO / LOCALIDAD	CLASIFICACIÓN	PRINCIPALES ATRACTIVOS
San Pedro de Atacama	Consolidado — Maduro	Valle de la Luna, Salar de Atacama, Géiseres del Tatio, ALMA, VLT/Paranal, Volcán Licancabur, Pukará de Quitor, Museo Le Paige, ayllus atacameños, lagunas altiplánicas, astroturismo, aventura, etnoturismo
Antofagasta (ciudad)	Consolidado	Centro Histórico (Zona Típica), Mano del Desierto, playas (Juan López, Balneario Municipal), turismo urbano y MICE (EXPONOR), sol y playa, ELT en construcción (INTL), acceso a Paranal
Calama – Alto El Loa	Consolidado – En expansión	Mina Chuquicamata (INTL), Chiu Chiu (iglesia más antigua de Chile), Lasana, Caspana, Turi, Taira, Ayquina (Fiesta Virgen de Guadalupe), sitios arqueológicos del Alto Loa
María Elena – Sierra Gorda	En desarrollo	Única salitrera activa del mundo (NAC), Ex Oficina Salitrera Chacabuco (INTL), Estación Baquedano (NAC), Proyecto Pimiento (astroturismo), ruta salitreras
Turismo Costero (Mejillones – Tocopilla – Taltal)	Emergente (PTI en ejecución)	Playas y caletas, Caleta Cifuncho (NAC), Caleta Hornitos, pesca deportiva, buceo, surf, kitesurf, gastronomía de mar, acceso a Paranal desde Taltal

Fuente: Informe de intensidad turística y definición de destinos turísticos, SERNATUR, 2018. Nota: las siglas «(INTL)» y «(NAC)» corresponden a etiquetas estándar de clasificación territorial o de alcance (internacional y nacional, respectivamente).

Desde una mirada territorial y turística amplia, el desarrollo turístico asociado al CBC puede interpretarse a partir de dinámicas territoriales complementarias:

1. Eje Altiplano-Andino (San Pedro de Atacama – Calama – Pasos Jama y Sico): este eje transversal articulado por las Rutas 27-CH y 23-CH es el de mayor madurez turística de la región. San Pedro de Atacama forma parte, ante todo, del Área de Desarrollo Indígena (ADI) “Atacama La Grande” (Ley Indígena N.º 19.253 de 1993) y de una Zona de Interés Turístico (ZOIT). El territorio es el destino turístico internacional más consolidado del norte de Chile. Desde la perspectiva turística, este eje concentra la mayor densidad de atractivos de jerarquía internacional; articula turismo de naturaleza, aventura, astroturismo, patrimonio cultural andino y etnoturismo; posee conectividad aérea a través del aeropuerto de Calama (el de mayor crecimiento del país en 2024), situado a una hora por carretera, y actúa como el nodo turístico de mayor relevancia del corredor en el lado chileno.

Sin embargo, el eje también evidencia tensiones estructurales. Entre los actores locales, la coexistencia de su condición de territorio ADI con el impulso externo a su declaración como ZOIT ha generado tensiones, a lo que se suma la alta concentración de la demanda en San Pedro de Atacama, que presiona sobre recursos hídricos escasos y sobre la capacidad de carga de atractivos como el Valle de la Luna y los Géiseres del Tatio. La sostenibilidad del destino es el principal desafío a mediano plazo.

2. Eje Costero (Antofagasta – Mejillones – Tocopilla – Taltal): el eje norte-sur consolidado por la Ruta 5 y la Ruta A-1 articula la capital regional con sus comunas litorales, constituyendo el segundo gran polo turístico de la región en términos de flujo pero con una brecha significativa en desarrollo y calidad de la oferta respecto al eje andino. La ciudad de Antofagasta está consolidada como destino urbano, de negocios y de sol y playa; mientras que el litoral sur y norte (Mejillones, Tocopilla, Taltal) es emergente. El corredor costero tiene relevancia logística para el CBC como eje de acceso a los puertos del Pacífico, y también potencial como ruta turística que vincule Antofagasta y Tarapacá, enlazando localidades como Tocopilla y Mejillones.

3. Entre ambas zonas geográficas, se extiende la "pampa salitrera", una extensa zona geográfica del desierto integrada principalmente por tres comunas (municipios) que destacan por su pasado y presente minero: María Elena, famosa por albergar la histórica Oficina Salitrera María Elena, la única aún en operación en el país; Sierra Gorda, que incluye localidades como Pampa Unión y Carmen Alto, y Calama. Geográficamente, el término "pampa" también se extiende hacia el norte y abarca comunas aledañas en la vecina Región de Tarapacá.

Según los referentes del Programa del PTI Turismo Costero (CORFO), el PTI ha generado logros concretos y verificables en las cuatro comunas costeras de la región, articulando diferentes iniciativas. Uno de sus principales ejes de trabajo es la desestacionalización de la actividad turística: si antes los operadores trabajaban únicamente en verano, hoy ya hay prestadores que operan durante todo el año. En ese marco, observan, el posicionamiento del destino en torno al concepto de "**desierto costero**" emerge como un diferenciador clave, ya que la combinación del litoral pacífico con el desierto de Atacama constituye una propuesta única a nivel mundial. En este Eje, además de Antofagasta, que se posiciona además como destino urbano por su sólida planta turística, Mejillones se ha consolidado como destino costero con operadores, plazas gastronómicas y oferta recreativa de calidad. La región también ha comenzado a articularse con destinos similares del sur del Perú (Tacna, Ilo, Moquegua), ampliando el potencial del corredor hacia el norte.

También advierten que la informalidad persiste entre los operadores, pero avanza la formalización: ya existe un número creciente de prestadores registrados en SERNATUR. En cuanto a infraestructura complementaria, en Antofagasta, el Parque La Almeja y Los Pinares son inversiones relevantes sobre el eje costero, con foco en deporte y actividades recreativas. El PTI Turismo Costero concluyó a comienzos de junio de 2026, y existe un consenso entre los actores del sector sobre la necesidad de darle continuidad a través de un nuevo instrumento que incorpore las dimensiones de cultura y que extienda su alcance a otras comunas (María Elena, Calama), potencialmente en el marco del Programa Transforma Turismo lo que fue también mencionado por los referentes del CORFO

La oferta gastronómica de la **ciudad de Antofagasta** constituye uno de sus activos turísticos más relevantes y menos visibilizados: con más de 24 establecimientos de alta gastronomía

concentrados sobre el eje costero sur, según la información de actores locales, Antofagasta es una de las ciudades de mayor volumen y calidad de oferta gastronómica. Este posicionamiento se sostiene en una base formativa sólida: la ciudad cuenta actualmente con escuelas de gastronomía que contribuyen a profesionalizar y elevar el estándar del sector. La infraestructura hotelera de alta categoría, sumada a grandes centros comerciales que la posicionan por encima de Iquique en este rubro, consolida a Antofagasta como destino urbano competitivo. Los hoteles ya reciben turistas los fines de semana en forma sostenida, complementando la clientela corporativa minera que predomina durante la semana. La convergencia de estas líneas —gastronomía, astroturismo, turismo de aventura (bodyboard, mountainbike), turismo náutico y expediciones en yate de lujo— genera un ecosistema de productos que se potencian mutuamente y permiten construir una propuesta de valor diversificada para el visitante de alto gasto.

Las ZOITS de la Región de Antofagasta

Las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) son territorios comunales, intercomunales o áreas dentro de éstos, que poseen condiciones especiales para la atracción turística y que requieran medidas de conservación y de una planificación integrada para focalizar las inversiones del sector público y promover las del sector privado. En la Región de Antofagasta, la Subsecretaría de Turismo de Chile informa la existencia de dos zonas declaradas bajo la Ley N° 20.423, Decreto N°30:

- **ZOIT María Elena – Pedro de Valdivia** (Región de Antofagasta, vigencia 2022–2026) es un destino turístico emergente cuyo perfil se articula en torno al turismo patrimonial salitrero e industrial: el pueblo urbano de María Elena —única salitrera activa del mundo— y el casco histórico de Pedro de Valdivia (oficina abandonada, Monumento Histórico Nacional), complementados por atractivos naturales como el Balneario Chacance, el Río Loa y el Valle de Quillagua, y culturales como los Geoglifos de Chugchug y el Museo del Salitre. La demanda es principalmente turismo interno regional (5.000 visitantes anuales al Museo del Salitre en 2018–2019), con concentración entre mayo y noviembre, vinculada a giras de estudio y programas de tercera edad. Los ejes de acción e inversión prioriza: señalética e infraestructura interpretativa patrimonial, posicionamiento y plan de marketing del destino, sustentabilidad energética y conciencia turística comunitaria, diversificación de productos con foco en turismo patrimonial e industrial, y capacitación y formalización de prestadores de servicios.

- **ZOIT Área San Pedro de Atacama – Cuenca Geotérmica el Tatio:** la ZOIT no se encuentra con su declaratoria plenamente vigente, sino en un proceso de actualización y trámite de nueva activación. Su polígono (2002-2019) ocupa parte de la comuna de Calama en el sector de Geysers del Tatio, sitio en concesión para las comunidades atacameñas de Caspana y Toconce. La cuenca del Salar de Atacama se encuentra en la comuna de San Pedro de Atacama, donde la administración de los

sitios es en asociatividad con CONAF o de forma particular por parte de las comunidades atacameñas. La figura anterior se da porque ambas comunas cuentan con Áreas de Desarrollo indígena (ADI) dentro de las cuales se extienden las demandas territoriales de las comunidades presentes en ellas. Este reconocimiento del territorio indígena atacameño se realiza a través de la Ley indígena 19.253 y el Convenio 169. Cabe destacar que en el territorio ADI se reconocen hasta la fecha un total de ocho asociaciones indígenas (AI) y asociaciones indígenas vinculadas al turismo (AIT): AI Valle de la Luna, AI de Turismo Eco Red Lickanantay, AT Saire Haalar, AI Turi Hualka, AIT Eco-Etno Turismo Pozo Tres, AI Nación Lican Antay, AI Valle de Marte, AIT Kunza Hoiri. Según lo expuesto en el Plan de Desarrollo Turístico para San Pedro de Atacama (PLADETUR, Documento de Planificación para el Desarrollo del Turismo Sustentable 2020, https://munispa.cl/documentos-vigentes-turismo/), las comunidades de los ayllus sostienen que se evidencia un crecimiento exponencial de construcciones derivadas y/o destinadas al turismo sin respetar el contexto ADI.

2.2 Inventario de atractivos y recursos turísticos

Antofagasta posee un inventario patrimonial de primer orden que combina atractivos naturales excepcionales, herencia atacameña y andina, legado industrial minero y salitrero, tradiciones religiosas populares y una condición astronómica única en el mundo. Así mismo, es importante destacar que algunos de estos atractivos están administrados por comunidades y asociaciones indígenas atacameñas.

El siguiente inventario está elaborado sobre la base del Inventario de Atractivos Turísticos R02 de SERNATUR (2020), que registra 332 atractivos en la región distribuidos en cuatro jerarquías; adicionalmente, el PLADETUR de SPA identifica otros atractivos del territorio, que se mencionan de forma complementaria (jerarquía local).

Atractivos Naturales

Tabla 34. Inventario de atractivos naturales

ATRACTIVO	JERARQUÍA SERNATUR	TIPOLOGÍA	COMUNAS
Salar de Atacama	Internacional	Salar / Fauna / Humedal	SPA
Valle de la Luna (Administrado por Asociación Indígena Valle de la Luna)	Internacional	Paisaje / Aventura	SPA
Valle de la Muerte (adm. por Al Valle de la Muerte)	Local	Paisaje/ aventura	SPA
Valle de Catarpe (Adm Al catarpe)	Local	Paisaje/aventura	SPA
Santuario de la Naturaleza Laguna Tebenquiche (adm. Cl Coyo)	Local	Laguna / Salar	SPA
Laguna Baltinache (adm. Cl Coyo)	Local	Laguna salina	SPA
Laguna Cejar (Adm Cl Solor)	Local		SPA
Termas de Puritama	Local privado	Termas / Aguas termales	SPA
Géiseres del Tatio	Internacional	Géiser / Geotérmico	SPA / Calama
Reserva Nacional Los Flamencos	Nacional	ASPE / Fauna / Salar	SPA / Calama
Parque Nacional Llullaillaco	Nacional / ASPE	Volcán / Arqueológico	Antofagasta
Lagunas Altoandinas (Miscanti, Miñiques, Lejía, Toconao) Adm. por Cl Toconao, Socaire	Nacional / Internacional	Fauna / Humedal	SPA
Volcán Licancabur	Internacional	Volcán / Aventura	SPA
Monumento Natural La Portada	Nacional	Acantilado / Costa	Antofagasta
Playas del litoral antofagastino (Juan López, Balneario Municipal, Cifuncho, Tierra del Moro)	Nacional / Regional	Sol y playa / Náutico	Antofagasta / Taltal
Parque Nacional Pan de Azúcar	Nacional / ASPE	Ecoturismo / Costa	Taltal (límite Atacama)

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Patrimonio Histórico, Cultural y Científico

Tabla 35. Inventario de atractivos del patrimonio histórico, cultural y científico

ATRACTIVO	JERARQUÍA SERNATUR	TIPOLOGÍA	COMUNAS
Radio Observatorio ALMA	Internacional	Científico / Astroturismo	SPA (Llano Chajnantor)
Observatorio Paranal (VLT) y ELT	Internacional	Científico / Astroturismo	Antofagasta / Taltal
Mina Chuquicamata	Internacional	Industrial / Cultural	Calama
EXPONOR (Feria Internacional)	Internacional	MICE / Industrial	Antofagasta
Pukará de Quitor (adm. por CI Quitor)	Internacional	Arqueológico / Cultural	SPA
Museo Arqueológico R. P. Gustavo Le Paige (administrado por la Universidad Católica del Norte)	Internacional	Museo / Arqueológico	SPA
Museo del Meteorito	Local	Museo Natural	SPA
Ex Oficina Salitrera Chacabuco	Internacional	Patrimonial / Memoria	Sierra Gorda
Centro Histórico de Antofagasta (Zona Típica)	Nacional	Patrimonial / Urbano	Antofagasta
Pueblo de San Pedro de Atacama (Zona Típica)	Internacional	Cultural / Comunitario	SPA
Mano del Desierto	Nacional	Arte / Escultura	Antofagasta
Qhapaq Ñan (Camino del Inca)	Patrimonio Mundial UNESCO	Patrimonial / Senderismo	SPA / Calama / Antofagasta
San Francisco de Chiu Chiu y Lasana (Alto Loa)	Nacional (Chiu Chiu, iglesia MH D.S. 1204/1951)	Cultural / Arqueológico	Calama
Chug-Chug (Región de Antofagasta)	Nacional	Cultural / Arqueológico	Calama y María Elena
Aldea de Tulor (adm. CI Coyo)	Local	Arqueológico / Cultural	SPA

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Fiestas Populares y Cultura Inmaterial

Antofagasta concentra festividades de jerarquía nacional e internacional, vinculadas principalmente a las comunidades atacameñas, aymaras y quechuas del altiplano, además de eventos urbanos de gran convocatoria:

- Fiesta de la Virgen de Guadalupe de Ayquina (8 de septiembre, jerarquía Internacional, Calama): peregrinación masiva al santuario de la Virgen de Guadalupe en el pueblo de Ayquina, en el Alto Loa. Miles de peregrinos de toda la región y de Argentina y Bolivia. Fuente: SERNATUR 2020.
- Fiesta de San Francisco (octubre, jerarquía Nacional, SPA): patrono de San Pedro de Atacama. Bailes típicos atacameños, artesanía y gastronomía tradicional.

- Limpia de Canales en el Alto Loa (mayo): ceremonia ritual atacameña ancestral de limpieza y apertura de los canales de riego. Práctica de alto valor para el etnoturismo.
- Carnaval Atacameño (febrero, SPA y pueblos del Alto Loa): festividades andinas con tinku y casamiento de choclos.
- Festival Antofagasta Rock (anual, Antofagasta): festival musical de gran convocatoria en la ciudad capital.

2.3 Planta de servicios turísticos

La planta de servicios turísticos de Antofagasta está concentrada mayoritariamente en San Pedro de Atacama y la ciudad de Antofagasta, con núcleos secundarios en Calama y menor presencia en el litoral y el interior.

Los datos de las plataformas antofagasta.travel y sanpedrodeatacama.travel evidencian una fuerte concentración de la oferta turística de alta calidad en San Pedro de Atacama —destino con la mayor densidad de operadores de tours del norte de Chile y una de las mayores de Chile —, mientras que la ciudad de Antofagasta articula hotelería corporativa de alto estándar, gastronomía y equipamiento para turismo urbano y MICE. En contraste, el litoral (Mejillones, Tocopilla, Taltal) mantiene una oferta emergente con baja formalización, objeto del PTI Turismo Costero.

En cuanto a la capacidad de alojamiento, a diciembre de 2025 la región contaba con 6.492 unidades de alojamiento y 13.002 plazas.

Tabla 36. Planta de servicios turísticos

INDICADOR	DATO	OBSERVACIONES
Llegadas a EAT (alojamiento turístico)	668.631 (2024)	EMAT 2024, SERNATUR/INE. 3ª posición nacional. Estancia media 2,3 noches (superior a la media nacional de 2,0).
Pernoctaciones en EAT	1.558.242 (2024)	EMAT 2024. Superior a Tarapacá (821.034) y Atacama (556.494).
Empresas ACT registradas (2024)	8.193 (+5,2% vs 2023)	Ventas: 28.792.319 UF (+8,9% interanual) — 3ª región en ventas ACT. SII/SERNATUR.
Empleo ACT (2024)	24.270 personas (7,0% del empleo regional)	ENE/INE. Una de las tasas proporcionales más altas de Chile.
Cruceros (temporada 2024/2025)	4 recaladas / 1.376 cruceristas (Puerto Antofagasta)	Anuario Turismo 2024. Potencial subaprovechado comparado con Iquique (3.241) y Arica (5.001).
Turismo interno (viajes a Antofagasta, 2024)	1.988.600 viajes totales (11° nacional)	DataTurismo/Anuario 2024. Viajes ocasionales: 1.167.200. La región emite más viajes (2.177.700) de los que recibe.
Turistas internacionales por avanzada (2024)	177.800 (+35,6% i.a.)	Anuario Turismo 2024. Ingreso principalmente vía Paso de Jama. Mercado argentino dominante.

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

2.4 Productos turísticos y experiencias estructuradas

La plataforma oficial **antofagasta.travel** organiza la oferta regional en siete líneas de producto estructuradas: astroturismo, aventura y naturaleza, patrimonio, etnoturismo, gastronomía, sol y playa y turismo urbano. Se trata de una fuente de comercialización y posicionamiento, no de un inventario técnico validado. Por lo tanto, esta sistematización debe entenderse como evidencia del producto que la región ya arma y promueve activamente.

Del análisis de esta fuente se identifica que la oferta se concentra en nodos multiproducto: Antofagasta (capital), Calama–Alto Loa y San Pedro de Atacama aparecen mencionados en prácticamente todas las tipologías relevadas, lo que los perfila como los tres nodos que concentran la mayor diversidad de oferta estructurada de la región.

Sin embargo también aparece oferta especializada en comunas menores: Mejillones concentra su oferta en sol y playa; Ollagüe y Toconao/Talabre/Peine/Machuca (área San Pedro) en etnoturismo; María Elena en patrimonio salitrero y astroturismo; Taltal combina patrimonio, gastronomía, sol y playa y turismo urbano, mostrando una diversificación temática relativamente alta para su escala.

El astroturismo aparece como una tipología diferenciada de escala internacional (observatorios científicos Paranal y ALMA), con oferta turística complementaria ya desarrollada en cuatro comunas, lo que la posiciona como posible producto ancla para la promoción binacional del corredor.

El componente indígena/etnoturístico (culturas atacameña o lickanantay, quechua y aymara) está fuertemente presente en la narrativa oficial, con oferta concentrada en el eje Calama–Alto Loa–San Pedro de Atacama, coherente con el hallazgo de participación de comunidades originarias detectado en la encuesta a municipios.

Tabla 37. Oferta turística por tipología y comuna

Tipología de oferta	Comunas con oferta identificada	Atractivos / recursos principales mencionados
Astroturismo	Antofagasta, María Elena, Calama–Alto Loa, San Pedro de Atacama	Observatorio Paranal (tours); tours astronómicos (María Elena); Observatorio Paniri (Chiu Chiu); Observatorio ALMA; Observatorio Etno-Astronómico Licancabur; Observatorio SPACE
Aventura y naturaleza	Calama–Alto Loa, San Pedro de Atacama	Río Loa, Laguna Inca Coya, Géiseres del Tatio; Cordillera de la Sal, volcanes Láscar y Licancabur; sandboard (Valle de Marte); Atacama Challenger (clasificatoria UCI); Laguna Cejar; Laguna escondida Baltinache; Laguna Chaxa; Lagunas Miscanti y Miñiques; Valle de la Luna
Patrimonio	Antofagasta, Sierra Gorda–Baquedano, María Elena, Taltal, Calama–Alto Loa, San Pedro de Atacama	La Portada, Muelle Histórico, Ruinas de Huanchaca, Mano del Desierto; ex Estación Baquedano y ex oficina salitrera Chacabuco; Parque de Geoglifos de Chug Chug; Quebrada El Médano, Ruta del Olivo; Mina Chuquicamata, pueblos de Chiu Chiu/Caspana/Toconce/Ayquina, Pukará de Lasana; pueblo e iglesia de San Pedro, Pukará de Quitor, Aldea de Tulor
Etnoturismo	Calama–Alto Loa, Ollagüe, San Pedro de Atacama	San Francisco de Chiu Chiu, Caspana, Lasana, Turi (baños en tinajas de piedra), Fiesta de la Virgen de Guadalupe de Ayquina (7-8 sept.); Coyo, Toconao, Talabre, Peine, Machuca
Gastronomía	Antofagasta, Calama–Alto Loa, San Pedro de Atacama, Tocopilla, Taltal	Fusión costera (mariscales, ceviches); barrios gastronómicos con cocina peruana, asiática, croata, árabe, española e italiana; cocina de interior con influencia boliviana/peruana y base originaria (llamo, maíz, quinoa, chañar)
Sol y playa	Antofagasta, Mejillones, Taltal	Playas artificiales urbanas (surf, bodyboard); barrio gastronómico sur de Antofagasta; playa de Mejillones y Bahía y Playa Cifuncho
Urbano / negocios e incentivos (MICE)	Antofagasta, Calama, San Pedro de Atacama, Tocopilla, Taltal, María Elena	Dos aeropuertos (Antofagasta y Calama); ferias Exponor y Expomin (bienales); hotelería de alto estándar; casinos y malls

Fuente: Elaboración propia en base a www.antofagasta.travel

Algunos comentarios adicionales a este relevamiento surgen de las reuniones realizadas en Antofagasta. Allí los referentes públicos manifiestan que existe un eje transversal que une a las cuatro comunas costeras y a toda la región: la condición astronómica. Los cielos más oscuros del mundo —según datos de la Subsecretaría de Turismo de Chile, la región cuenta con un promedio de más de 300 noches despejadas al año— y la presencia de Paranal (VLT), ALMA y el ELT en construcción, representan un factor identitario compartido que aún no cuenta con una imagen de marca que lo sintetice para el conjunto de la región.

Turismo MICE

El turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) se posiciona como uno de los segmentos con mayor potencial de crecimiento en la región. Antofagasta y Calama cuentan con la infraestructura, los servicios y la capacidad de producción necesarios para albergar eventos corporativos: el 90% de las reuniones del sector se realiza en salones de

menos de 500 personas, formato para el cual ambas ciudades están plenamente equipadas. San Pedro de Atacama, por su parte, se consolida como destino de incentivos de alto nivel para el segmento corporativo. Esta combinación —Antofagasta para congresos y conferencias, Calama como nodo logístico y de eventos industriales, y San Pedro de Atacama para incentivos de lujo— configura un circuito MICE integrado de gran atractivo para empresas con presencia en la región.

Turismo de cruceros: una oportunidad emergente

El turismo de cruceros constituye una actividad con perspectivas de crecimiento para la Región de Antofagasta, así como para su vecina Tarapacá. El Puerto de Antofagasta, perteneciente al Gobierno de Chile, recibió recaladas de cruceros internacionales como el **Silver** Wind[23]**,** Azamara Journey**,** Crystal Serenity y **Volendam**, consolidando su incorporación a los itinerarios del Pacífico sur y fortaleciendo su posicionamiento como puerto de escala para embarcaciones de expedición y de alta gama. Según consta en las publicaciones oficiales del Puerto de Antofagasta, los pasajeros realizaron excursiones tanto en la ciudad como hacia destinos del interior regional, entre ellos la **Mano del Desierto, La Portada** y sitios vinculados al patrimonio minero. Los cruceros suelen permanecer entre 8 y 12 horas en el puerto.

En este marco, durante las reuniones mantenidas con actores públicos y privados, este segmento fue identificado como una oportunidad clave para diversificar la actividad turística regional. Al respecto, representantes del Puerto de Antofagasta señalaron que se cuenta con la capacidad operativa e infraestructura necesarias para atender la demanda, y que el principal desafío consiste en ampliar y diversificar las experiencias disponibles para los pasajeros durante su estadía. Asimismo, mencionaron proyectos a futuro como la construcción de un Acuario y reconocieron la función social y turística del puerto, dado su emplazamiento estratégico en el centro de la ciudad. Por su parte, los operadores turísticos manifestaron la necesidad de fortalecer la articulación entre prestadores, desarrollar nuevos circuitos patrimoniales y de naturaleza, y consolidar productos integrados que permitan distribuir los beneficios de los cruceros hacia otros territorios de la región, particularmente el borde costero y el interior. Al igual que en Iquique, los empresarios locales advierten que no participan de la operación turística vinculada a los cruceros y reconocen, en parte, que no disponen de los servicios requeridos (por ejemplo, buses), ocupados en la actividad minera; por ello, esa operación queda en manos de empresas de Santiago.

Estas apreciaciones reflejan una expectativa compartida respecto al potencial del sector para complementar la oferta regional, siempre que el proceso esté acompañado por una mayor coordinación público-privada, una estrategia de comercialización específica y la modernización del marco regulatorio. En este sentido, la reciente Ley de Cabotaje Marítimo chilena (Ley Nº 21.774), aprobada a fines de 2025, modernizó el transporte marítimo al permitir que naves de pasajeros extranjeras realicen cabotaje entre puertos chilenos bajo

[23] https://www.anfport.cl/puerto-antofagasta-recibio-al-primer-crucero-de-la-temporada-2024-2025

ciertas condiciones. Esta normativa habilita el embarque de turistas en el norte del país bajo un esquema de competencia regulada, lo que **abre la oportunidad de diseñar itinerarios integrados** que anclen formalmente los puertos de las regiones del norte chileno.

Turismo indígena y comunitario atacameño

La Región de Antofagasta cuenta con un importante desarrollo del turismo indígena y comunitario, asociado principalmente a las 14 comunidades atacameñas (lickanantay) del entorno del Salar de Atacama y del Alto Loa. Cerca del 90% del territorio comunal de San Pedro de Atacama está constituido como Área de Desarrollo Indígena (ADI) 'Atacama La Grande', creada por D.S. N°70/1997. Los productos de turismo indígena incluyen: visitas guiadas a los ayllus (Coyo, Solcor, Solor, Beter, Quitor, Yaye, Larache, Sequitor, Cuchabrache, Checar), recorridos culturales en el Alto Loa (Chiu Chiu, Caspana, Toconce), ceremonias y gastronomía tradicional (llama, quinua, chañar), y rutas de acceso al Qhapaq Ñan.

2.5 Particularidades de los territorios turísticos de Antofagasta

2.5.1 La Ciudad de Antofagasta y el borde costero

Las reuniones mantenidas en Antofagasta con actores de los sectores público y privado reflejaron una percepción compartida: si bien la ciudad cuenta con una sólida base de recursos turísticos y condiciones favorables de conectividad, aún enfrenta el desafío de consolidar su 'vocación turística'. En este escenario, la envergadura de la actividad minera y logística representa tanto una oportunidad como un reto para los servicios locales, que buscan expandirse hacia el segmento de ocio y turismo no corporativo. Se coincide en que diversificar los flujos hacia este tipo de visitantes aportaría un valor diferencial, multiplicando el impacto social y económico en sectores clave como la cultura y la artesanía local.

Diversos participantes destacaron los avances recientes en planificación y articulación institucional impulsados por SERNATUR, CORFO y el Gobierno Regional para diversificar la oferta y la promoción. Coincidieron en que la región dispone de atractivos naturales, culturales y científicos con alto potencial —Monumento Natural La Portada, Observatorio Paranal, Mano del Desierto, oficinas salitreras y recursos del borde costero—, aún no plenamente transformados en productos comercializables por falta de infraestructura habilitante, escasa integración entre prestadores y dificultades para estructurar circuitos completos. Desde el sector privado se relevaron avances de articulación empresarial (paquetes que integran alojamiento en Antofagasta con navegación a La Portada y astroturismo) y se valoró el rol del PTI Turismo Costero en generar los primeros vínculos con operadores de Santiago y captar grupos —incluidos visitantes argentinos—, junto con el interés por estrechar la relación con San Pedro de Atacama, Arica e Iquique y desarrollar viajes de familiarización dirigidos al norte argentino. En comercialización se identificaron limitaciones estructurales de acceso a los canales de distribución: escasa presencia en plataformas digitales, dificultad para sostener tarifarios anuales con mayoristas, débil

promoción en el aeropuerto y el terminal de pasajeros, y la conveniencia de un calendario regional unificado de eventos. La conectividad se valoró como un activo —con el crecimiento del turismo de cruceros y la expectativa de habilitar embarque y desembarque de pasajeros en los puertos del norte—, aunque se planteó la necesidad de nuevos circuitos culturales, mayor paquetización y una ampliación de la conectividad aérea con el norte argentino. Finalmente, se señalaron brechas en la cadena de valor —déficit de guías especializados y de dominio de idiomas (inglés y portugués), informalidad y limitada participación municipal en la gestión— y preocupaciones de identidad y sostenibilidad, como fortalecer la artesanía local frente a los productos importados, la educación ambiental y la gestión de residuos, y consolidar el turismo como actividad que genere mayores beneficios para los territorios y sus comunidades.

Las reuniones destacaron el borde costero regional como uno de los territorios con mayor potencial para diversificar la oferta, por su variedad de recursos naturales, paisajísticos, patrimoniales y culturales —playas, áreas de alto valor escénico, patrimonio salitrero y ferroviario, biodiversidad marina y espacios aptos para naturaleza, turismo científico, observación de fauna, buceo y turismo náutico— y por localidades con identidad propia como Mejillones, Tocopilla y Taltal. Se valoró el Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Costero por fortalecer la articulación entre municipios, servicios públicos y empresarios, promover nuevos productos e instancias de comercialización conjunta e incorporar a prestadores antes aislados. No obstante, se identificaron limitaciones: déficits de infraestructura turística y servicios básicos, señalización y equipamiento en varias localidades; necesidad de formalización y capacitación de los prestadores; y, en comercialización, la escasa incorporación de la oferta costera a los circuitos regionales y nacionales, con baja visibilidad en los canales y la necesidad de productos integrados y de estrategias de promoción conjunta que posicionan al litoral como destino complementario al desierto y a San Pedro de Atacama. En materia de conectividad, se subrayó la oportunidad del turismo de cruceros para ampliar la llegada de visitantes, diversificando las excursiones ofrecidas a los pasajeros con nuevos recorridos patrimoniales, culturales y naturales que distribuyan mejor los beneficios entre las localidades.

La oferta de turismo náutico y de intereses marítimos en Antofagasta abarca actividades como el buceo deportivo y bautismos submarinos, paseos náuticos en lancha, kayak costero, pesca recreativa y excursiones de avistamiento de avifauna marina y cetáceos. Actualmente, estos servicios operan de manera fragmentada desde rampas públicas, caletas pesqueras o embarcaderos de clubes náuticos privados, evidenciando la falta de un muelle turístico e infraestructura de embarque unificada para el sector.

Respecto al astroturismo, se advierte una brecha entre el potencial científico y el aprovechamiento comercial, sumado a un bajo nivel de arraigo local. Si bien la región alberga el Observatorio Paranal (ESO), las visitas a este centro científico de vanguardia están estrictamente acotadas a fines de semana y en horario diurno, lo que limita su integración en

la cadena de comercialización turística; asimismo, este acceso restringido genera que la propia comunidad local tenga pocas oportunidades de conocerlo, dificultando su identificación con este patrimonio astronómico. No obstante, existe un marcado optimismo en el sector debido al dinamismo de los emprendedores privados, quienes están absorbiendo la gran demanda actual mediante el diseño de experiencias de astrofotografía y observación nocturna guiada en el desierto.

2.5.2 El Alto Loa y el interior atacameño

La Provincia de El Loa —integrada por las comunas de Calama, San Pedro de Atacama y Ollagüe— representa el corazón del patrimonio cultural y natural de Antofagasta y constituye una gran oportunidad de desarrollo turístico diferenciado de la región en el contexto del CBC. Si San Pedro de Atacama es el nodo turístico maduro, el Alto Loa (Chiu Chiu, Lasana, Caspana, Ayquina, Turi, Taira) es el territorio emergente con mayor potencial de etnoturismo, turismo arqueológico y cultural.

En 2016 se realizó un sondeo de opinión entre las agencias de turismo de SPA sobre el Alto Loa, que evidenció el escaso conocimiento de los atractivos de la zona: únicamente Chiu Chiu y Lasana se identificaron como lugares de interés con autenticidad cultural e histórica. Sin embargo entre las potencialidades de la zona se destaca la riqueza cultural vinculada a la cultura atacameña y quechua, un calendario de festividades auténticas en todas las localidades del Alto Loa y la posibilidad de diversificar la oferta de actividades propuestas en los períodos de baja demanda de turismo, vinculados fundamentalmente con el turismo de cercanía desde Calama.

El PTI SPA ha comenzado a promover circuitos emergentes que vinculan SPA con el Alto Loa, reconociendo su potencial complementario a través del corredor del Alto Loa que articula una sucesión de pueblos atacameños vivos, sitios arqueológicos de gran valor, termas tradicionales (Turi, tinajones de piedra) y paisajes de quebrada de excepcional belleza. La proximidad a la ciudad de Calama y el acceso directo desde el Aeropuerto El Loa constituyen una fortaleza para su desarrollo; cabe destacar que este aeropuerto es el de mayor crecimiento del país en 2024 (+15%).

En las reuniones se destacó el patrimonio natural y cultural del Alto Loa —poblados patrimoniales, paisajes altoandinos y tradiciones de las comunidades indígenas— y las iniciativas de turismo comunitario impulsadas por varias comunidades para poner en valor ese patrimonio, aunque con niveles de desarrollo heterogéneos y limitaciones de infraestructura, equipamiento, señalización y acceso a promoción y comercialización, que requieren estudios de carga y acompañamiento técnico para avanzar de forma sostenible. Se subrayó la necesidad de fortalecer la articulación entre Calama, el Alto Loa y San Pedro de Atacama mediante circuitos que integren la oferta existente, señalando que buena parte de los visitantes utiliza Calama solo como punto de ingreso, sin incorporarlo como destino. Respecto de la minería, se plantearon apreciaciones divergentes —su infraestructura

favorece la conectividad del territorio, pero su predominio continúa condicionando el posicionamiento turístico de la ciudad—, y se reconoció el papel de Calama como punto de conexión hacia el interior regional y los pasos fronterizos con Argentina.

2.5.3 San Pedro de Atacama: el hub turístico del CBC

San Pedro de Atacama (2.408 msnm) es el destino turístico internacional más consolidado del norte de Chile y el principal hub receptor de turistas del Corredor Bioceánico de Capricornio en el lado chileno; su combinación de atractivos de clase mundial y su posicionamiento digital único lo convierten en el producto ancla de la oferta regional y, según el Índice de Intensidad Turística (IIT, SERNATUR, 2018), ocupa el 9° lugar nacional en intensidad y volumen turístico. Este posicionamiento conlleva desafíos: según el Plan Municipal de Cultura de San Pedro de Atacama 2022-2025 (Municipalidad de San Pedro de Atacama, 2022), el turismo ha transformado estructuralmente la economía comunal y genera impactos profundos —positivos y negativos— sobre la vida cotidiana de sus habitantes.

Dimensión poblacional y presión turística

La comuna tiene una población total de 9.843 habitantes, según las estimaciones oficiales actualizadas del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). Esta escala pequeña amplifica el peso del turismo: la cantidad de visitantes que recibe la comuna en los meses de mayor afluencia corresponde a un aumento de población de por lo menos un 48% sobre el total comunal y un 66% sobre la población del centro urbano de San Pedro de Atacama (Municipalidad de San Pedro de Atacama, 2022). El alto nivel de visitación genera externalidades negativas. Las presiones más relevantes identificadas están referidas a la falta de ordenamiento urbano, cargas turísticas que sobrepasan la capacidad instalada de provisión de servicios urbanos (agua potable, vialidad, alcantarillado, estacionamientos, entre otros) y la informalidad de las actividades comerciales. Un aspecto sobresaliente es la escasez de agua para consumo local, agravada por la demanda turística, que afecta especialmente a quienes viven en los ayllus de San Pedro de Atacama; la aglomeración de visitantes en los principales atractivos turísticos pone en riesgo los frágiles ecosistemas. Asimismo, la falta de infraestructura turística genera problemas de contaminación de cauces y de gestión de residuos. El PLADETUR SPA (2020) identifica también tensiones por el uso de rutas y la administración de sitios de visita, y brechas culturales entre la población indígena y la actividad turística.

Las llegadas de turistas chilenos y extranjeros a San Pedro de Atacama entre agosto de 2018 y julio de 2019 muestran que la mayor afluencia de visitantes extranjeros se realiza en el último cuatrimestre del año y, en el período presentado, la demanda turística iguala o supera a la población local de SPA en el transcurso de un mes. La llegada de turistas chilenos, con alza en los meses de septiembre y julio, se asocia principalmente a los feriados de Fiestas Patrias y vacaciones de invierno nacionales respectivamente.

Respecto a la nacionalidad de los visitantes extranjeros (datos SERNATUR 2018), cabe mencionar que Argentina, pese a ser el principal mercado emisor de Chile, ocupa una posición menor en las estadísticas históricas de SPA. No obstante, según los datos oficiales de llegadas de turistas extranjeros al país, en 2025 ingresaron a Chile por el Paso de Jama 95.634 turistas, de los cuales 60.648 fueron argentinos, y entre enero y julio de 2026 ingresaron por el mismo paso 51.146 turistas, de los cuales 28.602 son argentinos. En ese marco, el Paso de Jama registró además el paso de 50.484 vehículos particulares y 1.911 buses en 2025 (Dashboard Aduanas de Chile, consultado el 20 de junio 2026).

Economía y estructura empresarial

Tabla 38. Empresas y trabajadores por rubro económico en San Pedro de Atacama (2019)

RUBRO ECONÓMICO	N° EMPRESAS (2019)	N° TRABAJADORES (2019)
Alojamiento y servicio de comidas	291 (1° rubro comunal)	1.406 (1° empleador comunal)
Comercio al por mayor y menor	290	—
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	126	216
Transporte y almacenamiento	104	—
Actividades de salud humana	4	466 (2° empleador)
Actividades artísticas, entretenimiento y recreación	13	33
TOTAL EMPRESAS TURÍSTICAS (alojamiento + transporte + servicios)	521	1.622 empleados directos en ACT

Fuente: Estadísticas SII 2019 / Plan Municipal de Cultura San Pedro de Atacama 2022-2025.

Las cifras reflejan la estructura pre-pandemia; la recuperación post-COVID ha implicado un fuerte crecimiento en el número de prestadores, especialmente en alojamiento y experiencias.

Identidad cultural atacameña y turismo

San Pedro de Atacama se encuentra en una zona de histórica ocupación indígena, que corresponde al hábitat ancestral del pueblo atacameño o lickanantay y se ubica dentro de sus demandas territoriales. En el área se sustentan ecosistemas únicos y frágiles, característicos de Los Andes, en los que dicho pueblo y específicamente sus comunidades, efectúan múltiples usos consuetudinarios, tanto económicos como culturales, que son el fundamento principal de su existencia y cultura como grupo étnico. En la actualidad cerca del 90% del territorio comunal está constituido como Área de Desarrollo Indígena (ADI) 'Atacama La Grande', creada por el D.S. N°70/1997 del Ministerio de Planificación. Las 14 comunidades lickanantay (atacameñas) del entorno del Salar de Atacama y del Alto Loa son los actores territoriales con mayor peso institucional en la gestión del destino. El Plan Municipal de Cultura (2022) señala que el crecimiento del turismo ha generado externalidades negativas sobre la cultura atacameña: pérdida del uso de la lengua original kunza, debilitamiento de la artesanía

tradicional, presión sobre los sistemas de pastoreo y agricultura, y aculturación por la multiculturalidad del turismo. Sin embargo, las últimas décadas han visto también un proceso de recuperación cultural: empoderamiento de organizaciones indígenas, surgimiento de liderazgos locales y revalorización de la etnicidad atacameña.

En ese marco, las comunidades indígenas han ido, paulatinamente, incorporándose a la actividad, creando a la fecha ocho (8) asociaciones reconocidas, en la actualidad algunas de ellas han avanzado logrando la administración de sitios o atractivos turísticos del ADI/ZOIT.

Por otro lado, hasta el año 2021, la Fundación Municipal de Cultura y Turismo de San Pedro de Atacama actuó principalmente como el ente público-privado encargado de la promoción, difusión y desarrollo sustentable de la actividad turística y cultural, pero no tenía atribuciones como organismo regulador. En Chile, la potestad regulatoria y de fiscalización recae exclusivamente en órganos del Estado y no en fundaciones.

A partir del cambio de administración en 2021, el panorama institucional se reestructuró de la siguiente forma: la entidad pasó a llamarse únicamente Fundación de Cultura de San Pedro de Atacama, concentrándose exclusivamente en las líneas de arte, patrimonio y cultura del pueblo Lickanantay; y la Ilustre Municipalidad de San Pedro de Atacama absorbió las tareas de planificación y gestión del sector a través de su Unidad de Gestión y Desarrollo Turístico. El municipio es el encargado de dictar normativas locales, ordenar patentes, coordinar mesas de gobernanza turística y fiscalizar junto a organismos estatales como SERNATUR.

PTI Turismo Sostenible San Pedro de Atacama

El Programa Territorial Integrado (PTI) de Turismo Sostenible San Pedro de Atacama (CORFO Antofagasta) es el instrumento de política turística más activo de la región y uno de los modelos más avanzados del norte de Chile. Opera a través de una gobernanza público-privada-comunitaria articulada y tiene presencia digital de alta calidad en https://sanpedrodeatacama.travel/. El principal objetivo del PTI es implementar un modelo de gestión del destino que contribuya a fortalecer la cadena de valor turística en la comuna de SPA, en la que las actividades en la naturaleza se desarrollen en contacto con la cultura, la historia y las tradiciones identitarias, a través de un turismo sostenible, inclusivo y resiliente, con participación de todos los actores locales. Sus objetivos estratégicos se basan en lograr el Fortalecimiento del Destino Turístico (I); Promoción y Posicionamiento (II); Experiencias Turísticas Sostenibles (III) y Competitividad y Sofisticación (IV) y los ejes de gestión se refieren a: sostenibilidad y turismo responsable (sección ‘Viaje Responsable’), desarrollo de circuitos emergentes hacia el Alto Loa, certificación de prestadores, posicionamiento digital y participación de comunidades atacameñas. El Comité CORFO es el organismo mandante y articulador del PTI, que se implementa con el apoyo del Gobierno Regional de Antofagasta, SERNATUR y la Municipalidad de SPA.

Entre los resultados logrados se destaca la proyección de la oferta de actividades organizadas en 16 tours que vinculan el pueblo de SPA con su entorno en un radio de 120 km. En 2025, 28 guías turísticos locales de pueblos originarios fueron distinguidos con el Sello “Q”, lo que marca un hito en el desarrollo del turismo indígena en la región, siendo un paso más en el proceso de desarrollo turístico sostenible de la región y en la integración de las comunidades indígenas de Lickanantay, Chango, Quechua, Aymara, Mapuche y Diaguita, que culminaron un exigente proceso de formación orientado a fortalecer su rol como anfitriones expertos, custodios del patrimonio y actores clave en la cadena de valor del turismo. Así mismo, más recientemente SPA obtuvo la certificación Green Destinations, nivel Plata (junio de 2026), proceso que evalúa criterios vinculados a la gobernanza, conservación de la naturaleza, acción climática, patrimonio cultural, bienestar social y desarrollo económico sostenible. Este logro reconoce el trabajo en conjunto de los actores locales, públicos y privados, y de las comunidades indígenas logrando, según datos de SERNATUR, la certificación Green Destinations Silver Award 2026, con la que se convierte en el único destino de categoría internacional certificado en Chile y el segundo a nivel nacional en alcanzar la categoría Plata.

Las preocupaciones de los actores locales frente a los posibles impactos del Corredor Bioceánico de Capricornio sobre San Pedro de Atacama y sus comunidades.

Las reuniones desarrolladas en San Pedro de Atacama evidenciaron una visión más cautelosa respecto de los potenciales efectos del Corredor Bioceánico de Capricornio que la observada en otros territorios de la región: aun reconociendo la importancia del turismo y las oportunidades comerciales de una mayor integración, la discusión se concentró en los desafíos de un eventual incremento de flujos de personas y mercancías sobre un territorio que ya enfrenta fuertes presiones ambientales y urbanas. Uno de los temas más recurrentes fue el funcionamiento de los pasos fronterizos con Argentina y Bolivia: los participantes señalaron los procedimientos aduaneros y migratorios como una de las principales barreras a la integración —demoras, controles considerados excesivos y experiencias de trato inadecuado— y plantearon diferenciar los flujos turísticos del transporte internacional de cargas mediante vías o procedimientos específicos. Las externalidades del tránsito de camiones constituyeron otro eje central: se manifestó preocupación por la velocidad de circulación, la seguridad vial, el estacionamiento en sectores no habilitados, la generación de residuos y la extracción de agua, y representantes de comunidades agrícolas advirtieron sobre la contaminación de cursos de agua y sistemas de riego por disposición inadecuada de residuos, particularmente plásticos; en consecuencia, se propuso habilitar áreas de descanso y servicios para camiones fuera del entorno inmediato de San Pedro de Atacama y desarrollar rutas alternativas que reduzcan la presión sobre los sectores de mayor fragilidad ambiental y patrimonial.

Las reuniones reflejaron asimismo una fuerte preocupación por la conservación del patrimonio natural y cultural frente al crecimiento de los flujos turísticos. Al tratarse de un territorio con recursos ambientales limitados —especialmente de agua—, los participantes

consideraron prioritario reforzar la educación ambiental de los visitantes, desarrollar campañas permanentes de sensibilización, mejorar el manejo de residuos y ampliar los estudios de capacidad de carga, tanto en los principales atractivos como en los ayllus y localidades donde comienza a expandirse la actividad. En cuanto al modelo de desarrollo, varios participantes sostuvieron que el objetivo no debería ser incrementar indiscriminadamente el número de visitantes, sino consolidar un turismo de mayor calidad y capacidad de gasto, respetuoso del patrimonio y de la identidad del destino, evitando procesos de urbanización que desvirtúen el carácter de sus comunidades y paisajes. Las comunidades indígenas ocuparon un lugar central: se planteó la necesidad de fortalecer su participación en la planificación del Corredor Bioceánico de Capricornio y de diseñar un plan específico que considere las particularidades de los pueblos originarios, avanzar en mecanismos de habilitación y patentamiento acordes con las áreas rurales, fortalecer la formación en idiomas y ampliar el monitoreo ambiental en los territorios comunitarios.

Respecto de la integración turística con Argentina, las opiniones fueron favorables al fortalecimiento de las relaciones comerciales entre operadores de ambos países: se mencionaron alianzas privadas para la comercialización de circuitos binacionales y programas que ya integran destinos argentinos con San Pedro de Atacama y otros atractivos del norte chileno —la Mano del Desierto e incluso Iquique—, iniciativas que podrían ampliarse mediante mayor articulación entre prestadores, armonización de tarifas y simplificación de los procedimientos fronterizos, aunque se observó que una parte importante de los visitantes argentinos transita por San Pedro de Atacama sin permanecer ni contratar servicios. Finalmente, algunos participantes manifestaron dudas respecto de la capacidad del Corredor Bioceánico de Capricornio para impulsar por sí mismo el crecimiento turístico local, señalando que los beneficios dependen de gestionar adecuadamente los impactos del aumento de los flujos de transporte y de incorporar criterios de sostenibilidad, protección ambiental y participación de las comunidades en la planificación futura.

Eje 3 — Infraestructura y conectividad

3.1 Conectividad aérea

Antofagasta cuenta con dos aeropuertos internacionales de alta relevancia turística y logística para el CBC. El Aeropuerto Andrés Sabella de Antofagasta se consolida de manera oficial como el segundo terminal aéreo con mayor flujo de pasajeros de todo Chile, superado únicamente por el Aeropuerto Arturo Merino Benítez de Santiago.

Tabla 39. Conectividad aérea

INDICADOR	AER. ANDRÉS SABELLA (ANF) – ANTOFAGASTA	AER. EL LOA (CJC) – CALAMA
Pasajeros totales 2024 (JAC)	1.979.883 (+9,1% vs 2023)	2.076.726 (+15,0% vs 2023) — ruta con mayor crecimiento nacional
Conexiones nacionales	Santiago (principal), Calama, Iquique, Copiapó	Santiago (principal), Antofagasta, Iquique. Hub del interior.

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

El nodo aeroportuario combinado Antofagasta + Calama acumula un tráfico de más de 4 millones de pasajeros en 2024. **La conectividad aérea con Argentina es la principal brecha estructural del CBC en esta región**.

3.2 Conectividad terrestre

3.2.1 Red vial y secciones del CBC en Antofagasta

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026) identifica en Antofagasta los siguientes tramos viales de relevancia para el corredor:

Tabla 40. Red vial y secciones del CBC en Antofagasta

TRAMO / RUTA	ESTADO VIAL	BRECHAS IDENTIFICADAS (PM-CBC, 2026)
Ruta 5 / Panamericana: Iquique – Antofagasta – límite sur	Asfaltada, calzada sencilla, estado regular-bueno. 100% cobertura móvil.	Proyecto de concesión privada (PMCBC-CV-001, USD 607,4M) para doble calzada; en fase previa a licitación 2026. Acceso urbano al Puerto de Antofagasta con congestión de camiones por casco urbano.
Ruta 27-CH: Calama – San Pedro de Atacama – Paso de Jama	Completamente pavimentada y en buen estado en ambos lados. Calzada sencilla, pendientes moderadas.	Necesidades de rehabilitación de pavimento en lado chileno (PM-CBC, 2026). Sin telecomunicaciones en tramos. Máximo ~100 camiones/día en el paso. Inspección a cielo abierto sin equipamiento especializado.
Ruta 23-CH: San Pedro de Atacama – Paso de Sico	Pavimentada en lado chileno, buen estado, calzada sencilla, pendientes suaves. 70% del tráfico es carga minera.	Lado argentino: ripio (120 km, con hundimientos en verano). SIN conectividad digital en el paso. Todos los trámites aduaneros en papel. SPA absorbe los controles fronterizos de Sico (70 km del paso).
Ruta B-400: Antofagasta – Calama – San Pedro de Atacama	~310 km pavimentados en su totalidad. Buen estado general.	Eje transversal de referencia del CBC. Necesidades de mejora de señalética y áreas de descanso (proyecto PMCBC-AT-054, USD 7,8M, con primera fase en SPA, Mejillones y Crucero prevista para 2027).
FCAB: Ferrocarril Antofagasta-Bolivia (ramal hacia Socompa)	Operativo para tránsito de carga hacia Bolivia. Paso internacional de Socompa inoperativo.	PMCBC-PF-045: Recuperación paso fronterizo Socompa (USD 16M, en estudio, entidad responsable: GORE Antofagasta). PMCBC-FC-093: Mejora ramal C14 Salta–Socompa (USD 618M, en estudio, lado argentino).

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

3.2.2 Servicios de transporte de pasajeros

La conectividad terrestre de pasajeros en Antofagasta presenta importantes contrastes territoriales. Las ciudades de Antofagasta y Calama tienen buena conexión con Santiago y las principales ciudades chilenas por líneas de buses regulares, incluido Iquique.

No obstante, se advirtió una reducida oferta de transporte terrestre entre Antofagasta y San Pedro de Atacama; la ciudad de Calama opera como el nodo más relevante del interior de la región.

A nivel internacional, la comuna de Calama posee conexiones directas con dos países: Argentina y Bolivia. La empresa Andesmar (Argentina) conecta Calama con las dos principales ciudades del norte de Argentina, Salta y San Salvador de Jujuy. Mientras que la empresa Fronteras del Norte, realiza la ruta San Pedro de Atacama-Uyuni, siendo esta ruta utilizada por muchos turistas con origen o destino al Salar de Uyuni. Al mismo tiempo, la interconexión desde Calama con los principales destinos del norte chileno, Antofagasta e Iquique (Región de Tarapacá), es fluida, registrando al menos unas 6 frecuencias diarias hacia estos destinos. Cabe destacar también que Calama cuenta con una nueva Terminal de Ómnibus ubicada a unos 10 minutos del centro de la ciudad.

La empresa Andesmar (Argentina) opera un servicio internacional que conecta Salta y Jujuy con San Pedro de Atacama y Calama a través del Paso de Jama (11,5 horas, 3 salidas semanales). La empresa chilena Pullman Bus también presta servicios internacionales en el corredor Salta–SPA–Calama (2 salidas semanales), esta frecuencia se incrementa en períodos de alta demanda (vacaciones de verano fundamentalmente).

Según datos registrados en aduanas de Chile, el tráfico de buses fronterizo en 2025 registró un total de 3.285 buses, de los cuales, 1.911 se realizaron por el Paso de Jama (Jujuy). Así mismo, el tráfico fronterizo de autos particulares registró 63.180 unidades, de las cuales 50.484 corresponden al movimiento registrado por Paso de Jama, lo que evidencia que el transporte por carretera (buses y vehículos particulares) es el principal medio de desplazamiento entre Chile y Argentina en este corredor, aspecto que puede fortalecerse a través del CBC.

3.3 Pasos fronterizos: diagnóstico

El Estudio de Infraestructura del Plan Maestro del Corredor Bioceánico de Capricornio (PM-CBC, 2026), evaluó las condiciones de los pasos fronterizos de la Región de Antofagasta. Al contrastar los cruces del corredor, se evidencia una marcada asimetría entre el **Paso de Jama** —el eje principal del corredor, que conecta con la Provincia de Jujuy— y el **Paso de Sico** —un cruce estratégico de conexión directa con la Provincia de Salta, catalogado como paso alternativo y afectado por serias deficiencias—.

Geográficamente, Jama se emplaza a una altitud de 4.230 msnm, conectando la Ruta 27-CH en Chile con la Ruta Nacional 52 en Argentina; por su parte, Sico se ubica a 4.080 msnm, vinculando la Ruta 23-CH con la Ruta Nacional 51 del lado argentino.

En términos de infraestructura vial, el **Paso de Jama** presenta las mejores condiciones de todo el Corredor Bioceánico de Capricornio, con un trazado completamente pavimentado en ambos lados de la frontera y equipamiento que incluye servicios e instalaciones habitacionales para el personal, aunque actualmente requiere de obras de rehabilitación en el sector chileno. Cabe destacar que el Paso de Jama, del lado Argentino, cuenta con una estación de abastecimiento de combustible (YPF), siendo este el único servicio de este tipo disponible en las inmediaciones del paso, a uno y otro lado de la frontera. Mientras que los puntos de servicios generales (alojamiento, gastronomía, entre otros) más cercanos corresponden a Susques (Argentina) y San Pedro de Atacama (Chile), ambos ubicados a unos 150km de distancia desde el paso. El control fronterizo en Jama es integrado: allí confluyen, por el lado argentino, organismos como AFIP, Migraciones y SENASA y, por el lado chileno, la PDI, el SAG y Aduanas. En contraste, el **Paso de Sico** exhibe un estado dispar: mientras que el tramo chileno está pavimentado y en buen estado, la vertiente argentina cuenta con un tramo de 120 kilómetros de ripio desde San Antonio de los Cobres (Salta) que presenta hundimientos durante el verano, dificultando severamente la maniobrabilidad de camiones de gran porte.

A pesar de estas limitaciones, ambos pasos poseen un valor estratégico para el desarrollo regional. El **Paso de Jama** constituye la principal puerta de entrada para los turistas argentinos —especialmente de la provincia de Jujuy—, registrando en 2024 un total de 217.015 movimientos migratorios (entradas y salidas), según datos oficiales del INE. Este flujo turístico es creciente y muestra picos de demanda durante la temporada estival. En cuanto al **Paso de Sico**, representa el principal acceso terrestre desde Salta hacia Chile y posee un potencial turístico muy elevado, condicionado actualmente por las deficiencias de accesibilidad y servicios descritas. Desde junio de 2026, este paso permite también el tránsito de turistas.

En este punto corresponde referenciar las opiniones de actores vinculados al turismo, en especial en San Pedro de Atacama, que identifican los trámites aduaneros y migratorios, así como el funcionamiento de los pasos, como una de las principales brechas en relación con la integración binacional.

3.4 Infraestructura portuaria y logística

La región cuenta con el clúster portuario de mayor relevancia del norte de Chile, articulado en torno a los puertos de Antofagasta y Mejillones; este clúster constituye un importante motor industrial. Articula 11 terminales, liderados por Puerto Antofagasta y Puerto Angamos. Su desarrollo se apoya en el nuevo polo logístico La Negra (a 20 km de la urbe), para expandir la capacidad y potenciar el CBC. Los servicios portuarios incluyen: terminal multioperador, Antepuerto Portezuelo, contenedor de volteo y planificación naviera.

En el caso del puerto de Antofagasta, considerado un puerto de alta importancia para el país, tanto en el ámbito nacional como internacional con cerca de 30.000 m²de agua abrigada, 40.000 m² de terrenos anexos y capacidad para atender a seis navíos simultáneamente, genera 5.000 puestos de trabajo de forma directa e indirecta. Así mismo, en 2025 el Puerto Antofagasta concretó un hito de alto valor estratégico con la aprobación del convenio de programación suscrito con el Gobierno Regional de Antofagasta. Este acuerdo, por MM$88.325 y con una ejecución proyectada a cinco años, permitirá impulsar inversiones orientadas a fortalecer la capacidad portuaria, la infraestructura logística y la competitividad regional. El convenio considera una cartera amplia de iniciativas para fortalecer el sistema portuario y logístico regional con 17 inversiones distribuidas entre Antofagasta y Tocopilla, incluyendo la Zona de Desarrollo Logístico La Negra, la ampliación y modernización del Antepuerto Portezuelo, mejoras vinculadas al molo de abrigo y al dragado, además de estudios para el desarrollo portuario. En su conjunto, estas obras permitirán al Puerto Antofagasta ampliar sus áreas de respaldo y contar con mayor capacidad operativa, mejor conectividad y condiciones más favorables para responder a las exigencias del comercio exterior, los tratados internacionales vigentes y las oportunidades asociadas al Corredor Bioceánico de Capricornio.

Por otro lado, el Puerto de Angamos (Mejillones) avanzó en 2025 con iniciativas para fortalecer el CBC, fundamentalmente con la provincia de Salta (Eramine Sudamérica), logrando su primera transferencia de carbonatos de litio por su puerto.

3.5 Infraestructura digital

El Estudio PM-CBC (2026) identifica brechas relevantes en conectividad digital para la región que afectan tanto la operatoria logística como la experiencia del turista en el corredor:

- Existen áreas sin señal móvil en los tramos viales hacia Argentina.
- Ruta 27-CH (Calama–Paso Jama): sin internet satelital en el paso. Única empresa móvil con baja cobertura. Sin telecomunicaciones por cable en todo el corredor Jama–Sico.
- Cobertura 5G: 95% en ciudades principales (Antofagasta y Calama). 5G presente también en corredores mineros (Escondida, Spence). El desafío está en las rutas hacia Argentina.

Eje 4 — Demanda turística y mercados

4.1 Turismo receptivo e interno en Antofagasta

El análisis del comportamiento de la demanda en la Región de Antofagasta, sustentado en el Anuario de Turismo 2024 (publicado por SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo en diciembre de 2025) junto con los registros actualizados del Dashboard de Turismo Receptivo

de SERNATUR (con datos consolidados hasta abril de 2026), permite dimensionar la posición competitiva del territorio en el contexto del norte grande de Chile y del mercado nacional.

La región registró un total de **668.631 llegadas** a Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT) durante 2024. Este volumen posiciona a la Región de Antofagasta en la **tercera ubicación a nivel nacional**, superando ampliamente el desempeño de los destinos vecinos del norte chileno, como la Región de Tarapacá (302.182 llegadas), la Región de Atacama (259.626) y la Región de Arica y Parinacota (130.614). Asimismo, estas llegadas se tradujeron en un total de **1.558.242 pernoctaciones** en EAT, respaldadas por una estancia media regional de **2,3 noches**, indicador que supera la media del promedio nacional (fijada en 2,0 noches).

Al evaluar el flujo de turismo receptivo por las avanzadas migratorias locales, durante el año 2024 se contabilizó el ingreso de 177.800 turistas extranjeros a través de la avanzada de Antofagasta, lo que representó un incremento interanual del 35,6%. Al extender el análisis, las llegadas regionales por esta misma avanzada alcanzaron los 315.571 turistas en el año 2025, marcando un crecimiento del 77,6% en comparación con 2024. No obstante, el comportamiento acumulado de 2026 medido hasta el mes de abril muestra un quiebre en la tendencia expansiva, registrando 113.693 turistas, lo que equivale a una contracción del 19,5% respecto al mismo período del año anterior.

Dentro de estos flujos internacionales, el mercado argentino tiene un canal de acceso terrestre estratégico en el Paso de Jama. Según los datos oficiales de llegadas de turistas extranjeros al país, en 2025 ingresaron a Chile por este cruce fronterizo 95.634 turistas, de los cuales 60.648 fueron argentinos; entre enero y julio de 2026 ingresaron por el mismo paso 51.146 turistas, de los cuales 28.602 son argentinos.

En contraposición a la dinámica internacional, el análisis del turismo interno —entendido como los viajes realizados por los propios residentes chilenos— devela un comportamiento asimétrico en la balanza de viajes de la región. Durante 2024, Antofagasta como región de destino captó 1.988.600 viajes totales (situándose en la undécima posición del ranking nacional), de los cuales 1.167.200 corresponden a la categoría de viajes ocasionales. Sin embargo, al analizar la región en su rol de emisora u origen de flujos, Antofagasta generó 2.177.700 viajes totales en el mismo período (escalando al noveno puesto nacional). Estos indicadores constatan que **la región posee una condición predominantemente emisora**, es decir, genera más viajes hacia el resto del país de los que recibe en su propio territorio.

Por otra parte, los subsectores vinculados a las Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE) y al turismo marítimo muestran realidades diversas. Las visitas a las unidades ASPE en Antofagasta totalizaron 158.458 visitantes durante 2024, evidenciando una leve disminución del 2,9% en comparación con el año 2023, con la Reserva Nacional Los Flamencos manteniéndose como el atractivo con dominancia absoluta en las estadísticas de visitación. En paralelo, la industria de cruceros en el Puerto de Antofagasta cerró la temporada 2024/2025 con 4 recaladas de naves y la atención de 1.376 cruceristas. Estas cifras exponen

un potencial sub-aprovechado en el segmento de cruceros si se contrasta con los volúmenes de recepción de los puertos del norte, tales como Iquique, que registró 3.241 cruceristas, o Arica, que lideró la zona con 5.001 pasajeros. Un aspecto a considerar es que el intenso movimiento comercial de los puertos de la región, de perfil estrictamente industrial, genera también una externalidad negativa para el turismo de cruceros, ya que restringe la disponibilidad de autorizaciones de atraque.

El rol articulador de San Pedro de Atacama y el Perfil del Turista Aéreo

Dentro del esquema territorial de la región, San Pedro de Atacama (SPA) opera como el principal nodo receptor y tractor de la demanda internacional. De acuerdo con los datos del Perfil del Turista Receptivo 2023 elaborado por la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR, la localidad de **San Pedro de Atacama concentró por sí sola el 9,5% de la totalidad de los destinos visitados por turistas internacionales en Chile.** Esta cifra sitúa al destino en el segundo lugar de las preferencias a nivel nacional, siendo superado únicamente por el área metropolitana de Santiago (77%). Para la Subsecretaría de Turismo de Chile, San Pedro de Atacama se consolida como un destino turístico de clase mundial e ícono del turismo cultural y de naturaleza en Chile.

En esta estructura, el perfil del turista que ingresa por vía aérea adquiere una relevancia crítica para la economía de San Pedro de Atacama. Los **visitantes de origen europeo, norteamericano y brasileño** que utilizan el transporte aéreo hacia el Aeropuerto de Calama para trasladarse a SPA configuran el segmento que inyecta mayor valor al destino, destacando por sus índices superiores de gasto y de permanencia.

A nivel nacional, los principales mercados emisores por vía aérea hacia Chile presentaron, durante el segundo semestre de 2024, los siguientes perfiles de consumo:

- **Brasil:** Lidera el volumen de la demanda en el segmento con 439.833 turistas aéreos, registrando un Gasto Total Individual (GTI) de USD 777,7.
- **Argentina:** Se posiciona como el segundo mercado más importante en volumen por vía aérea con 196.688 turistas. Presenta un Gasto Total Individual (GTI) de USD 701 y un Gasto Promedio Diario Individual (GPDI) de USD 101,2, destacando por un alto componente transaccional dedicado al comercio (39,2% de su presupuesto total de viaje se destina a compras).
- **Estados Unidos:** Muestra indicadores de alto valor con un Gasto Total Individual (GTI) de USD 1.436 y un Gasto Promedio Diario Individual (GPDI) de USD 128.
- **Mercados Europeos:** Se consolidan de forma homogénea como las plazas emisoras con los mayores niveles de gasto por visita en el país, sobresaliendo los viajeros del Reino Unido, seguidos por Alemania, Francia y España.

Eje 5 — Comercialización y posicionamiento

5.1 Marca, identidad digital y canales

Desde el año 2020, la Región de Antofagasta cuenta con la marca turística oficial ***"Antofagasta, un universo por descubrir"*,** la cual dispone de su respectivo manual de norma gráfica. Con el objetivo de potenciar el flujo de visitantes, el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) re-lanzó esta identidad en 2024, que propone un diseño central basado en la conectividad del mapa regional que evoca un mapa estelar y refuerza el concepto del territorio como un universo por explorar. A pesar de estos esfuerzos institucionales, los actores del sector advierten que la apropiación de la marca por parte de las comunas y de los operadores privados aún es insuficiente. El desafío pendiente radica en que los municipios desarrollen sus propias submarcas articuladas bajo este paraguas regional, y que los prestadores de servicios adopten la identidad común en sus canales de comunicación.

En el ecosistema digital, se evidencia una brecha significativa entre la proyección internacional de San Pedro de Atacama como marca global consolidada y el posicionamiento de Antofagasta como una región integrada. Si bien San Pedro de Atacama destaca por su plataforma *sanpedrodeatacama.travel* —impulsada por el Programa Territorial Integrado (PTI)— y por una vasta cantidad de cuentas asociadas, se observa que no dispone de una plataforma de promoción turística gestionada directamente por el municipio o por un ente gubernamental específico para el turismo. En contraste, otras comunas muestran avances dispares: Calama promociona su oferta a través del sitio web *calamaturistica.cl* y sus redes sociales (@calamaturistica), mientras que la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Antofagasta gestiona de forma activa la cuenta @antofa.turismo e incluso cuenta con una marca de destino propia.

Finalmente, el diagnóstico de los canales digitales oficiales, como las redes de SERNATUR Antofagasta, revela que sus contenidos están orientados prioritariamente a la difusión de la gestión institucional.

Tabla 41. Marca, identidad digital y canales

DIMENSIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	BRECHAS / OBSERVACIONES
Marca y posicionamiento regional	Antofagasta, un universo por descubrir	Falta apropiación de la marca de actores públicos y privados.
Portal oficial de turismo regional	antofagasta.travel (GORE/SERNATUR). Bilingüe (es/en). Estructura por productos: astroturismo, aventura, patrimonio, etnoturismo, gastronomía, sol y playa, urbano.	Última actualización visible: 2020-2021. Sin versión en portugués. Sin estrategia de marketing digital activa evidenciada. Sin blog de contenidos actualizado.
Portal destino San Pedro de Atacama	sanpedrodeatacama.travel (PTI SPA / CORFO). Alta calidad de contenidos. Sección 'Viaje Responsable', circuitos emergentes, blog activo. Gobernanza público-privada.	Plataforma mejor posicionada y más actualizada de la región. Modelo a replicar. Falta: productos binacionales con Argentina explicitados.
Portal Turismo Costero	@ptiturismocostero (Instagram). PTI Turismo Costero activo en redes desde 2023. Gobernanza público-privada constituida (CORFO/Codesser).	Sin web propia de destino para el litoral antofagastino. La oferta costera no tiene una plataforma digital equivalente a sanpedrodeatacama.travel
Redes sociales institucionales	@antofa.turismo (Dirección de Turismo Municipalidad de Antofagasta, 10.2 k seguidores), @ptiturismocostero (PTI Turismo Costero, 3.7K seguidores). @ptiturismosostenible (PTI Turismo Sostenible SPA, 1,6 k)	Presencia institucional regional fragmentada entre varios actores sin coordinación evidente de mensajes. Las cuentas públicas están más vinculadas a la gestión que a la promoción turística.
Plataforma de servicios habilitados	serviciosturisticos.sernatur.cl — buscador nacional de prestadores habilitados en Región 2 (Antofagasta).	Plataforma nacional
Canales de venta predominantes	Agencias de viaje en línea (OTAs); venta directa en operadores.	SPA es uno de los destinos más vendidos en plataformas de tours de América del Sur.

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

5.2 Articulación comercial binacional y percepciones de los actores

Las reuniones realizadas en Antofagasta y San Pedro de Atacama evidenciaron un interés compartido por fortalecer la integración turística con el norte argentino, tanto mediante la construcción de relaciones comerciales entre operadores como a través del desarrollo de productos y circuitos turísticos integrados. En Antofagasta se identificaron iniciativas concretas orientadas a ampliar los vínculos comerciales, incluyendo la realización de misiones comerciales a Jujuy, la propuesta de organizar viajes de familiarización con agencias argentinas y el diseño de paquetes turísticos desarrollados en forma conjunta por empresas locales. Asimismo, desde CORFO se destacó que el PTI Turismo Costero promovió articulaciones con el norte argentino y el sur del Perú.

En San Pedro de Atacama también surgieron iniciativas de cooperación transfronteriza, como la participación en redes de turismo con comunidades del norte argentino y propuestas para armonizar tarifas y fortalecer la articulación entre operadores de ambos países. Sin embargo, de manera recurrente, los participantes identificaron los procedimientos migratorios y aduaneros en los pasos internacionales como la principal limitación para consolidar circuitos

turísticos binacionales. Al mismo tiempo, algunos representantes de comunidades señalaron que el turismo proveniente del norte argentino presenta actualmente un bajo nivel de consumo de excursiones locales, lo que evidencia que el fortalecimiento de la integración comercial requiere no solo mejorar la conectividad fronteriza, sino también desarrollar productos y estrategias de comercialización que generen mayor valor agregado para ambos territorios.

También se abordó la relación entre turismo y minería. Algunos participantes manifestaron preocupación por los efectos que la expansión de la actividad minera, particularmente la explotación de litio, podría generar sobre los recursos hídricos, los paisajes y la actividad turística. Otros señalaron la conveniencia de fortalecer espacios de diálogo entre ambos sectores.

Respecto de la oferta turística, varios actores plantearon la conveniencia de avanzar hacia una mayor diversificación de productos y experiencias, procurando distribuir los flujos de visitantes hacia sectores menos concurridos y ampliar las oportunidades para las comunidades del entorno. En este sentido, se mencionó el interés por fortalecer productos vinculados con el turismo cultural, el turismo comunitario, la observación astronómica, la gastronomía local y experiencias asociadas al patrimonio arqueológico y a las tradiciones atacameñas. Asimismo, algunos participantes señalaron que la permanencia promedio de los visitantes podría incrementarse mediante una mayor integración de la oferta regional y el desarrollo de nuevos circuitos turísticos.

En relación con el Corredor Bioceánico de Capricornio, las opiniones reflejaron tanto expectativas como cautelas. Diversos participantes consideraron que una mayor integración física con el norte argentino podría generar nuevas oportunidades para el intercambio turístico y la diversificación de mercados. Sin embargo, también se planteó que el incremento de los flujos deberá ir acompañado de una adecuada planificación, evitando que el crecimiento de la demanda profundice las presiones ya existentes sobre el territorio y los principales atractivos turísticos. Señalaron además la necesidad de simplificar los procedimientos en los pasos fronterizos y mejorar la coordinación binacional para facilitar los desplazamientos turísticos y diferenciarlos de los de carga.

5.3 Oferta de excursiones en Antofagasta

Este apartado sistematiza la oferta de excursiones y actividades turísticas que se comercializan activamente en Antofagasta, a partir del relevamiento de diferentes páginas de agencias de viajes y OTAS[24]. Al respecto se trata de una fuente de comercialización digital, que busca reflejar lo que el mercado de agencias locales arma y vende activamente —y lo que los turistas efectivamente reservan y valoran.

[24] Relevamiento de excursiones comercializadas en San Pedro de Atacama, Antofagasta y Calama (fuentes: TripAdvisor, Viator, Civitatis, Nomades, Tur.com)

5.3.1 San Pedro de Atacama

El ranking de atracciones de TripAdvisor —que combina volumen de reseñas y calificación promedio— confirma una jerarquía de demanda encabezada por el **Valle de la Luna** y el **Geyser** del Tatio (que en realidad pertenece a Calama), seguidos por las Lagunas Miscanti y Miñiques. Es notable que varios atractivos de menor cobertura mediática regional muestren calificaciones incluso superiores: Piedras Rojas, Salar de Tara y las Lagunas Baltinache — todos productos relativamente nuevos en el portafolio comercial y que están desplazando en preferencia a atractivos históricamente más consolidados como la Laguna Cejar (con reseñas que señalan problemas de saturación y trato del personal en el sitio).

Tabla 42. Atractivos de San Pedro de Atacama según reseñas y calificación en TripAdvisor

Atractivo	N° reseñas	Calificación	Categoría
Valle de la Luna	8.553	4,6/5	Formación geológica
Geyser del Tatio	7.907	4,6/5	Fuente termal / géiser
Lagunas Miscanti y Miñiques	5.718	4,8/5	Masa de agua
Salar de Tara	2.240	4,8/5	Área natural (altiplano)
Termas de Puritama	2.238	4,4/5	Fuente termal
Reserva Nacional Los Flamencos	1.870	4,4/5	Parque nacional
Iglesia de San Pedro de Atacama	1.773	4,0/5	Patrimonio religioso
Mirador de Kari / Piedra del Coyote	1.745	4,5/5	Mirador
Laguna Cejar	1.712	4,1/5	Masa de agua
Piedras Rojas	1.509	4,7/5	Formación geológica
Pukará de Quitor	1.278	4,2/5	Sitio arqueológico
Laguna Chaxa	1.214	4,4/5	Masa de agua
Machuca (poblado y iglesia)	933	3,9/5	Patrimonio / gastronomía
Valle Arcoíris	924	4,5/5	Área natural
Museo del Meteorito	767	4,5/5	Museo especializado
Observatorio ALMA	207	4,4/5	Observatorio científico

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Oferta comercial por tipología de excursión

Tours de medio día: Es la categoría más numerosa en oferta activa (120 productos). Los productos ancla son el Tour de Medio Día a Geysers del Tatio, el Valle de la Luna al atardecer y las Lagunas Ocultas de Baltinache; este último producto es el de mayor volumen de reseñas de toda la oferta relevada, lo que confirma su consolidación como producto emergente de alta rotación.

Tours de todo el día (full day): con una variedad de más de 70 productos, el producto insignia es el Tour Día Completo a Piedras Rojas, Lagunas Altiplánicas y Chaxa, que combina en una sola salida los tres atractivos de mayor jerarquía del altiplano. Le siguen el Tour de Día Entero

a Geyser del Tatio, Vado Putana y Machuca y la Ruta de los Salares, variantes que encadenan atractivos naturales con el componente patrimonial/gastronómico del poblado de Machuca.

Tours nocturnos y astronómicos: El astroturismo tiene una categoría comercial propia y consolidada (10 productos en el listado principal, con volúmenes de reserva altos): el Tour Astronómico "Bajo la Noche de Atacama" y The Roofless Experience Stargazing Tour figuran entre los productos mejor valorados de toda la oferta de San Pedro, confirmando en el plano comercial lo que ya se documentó en el análisis de oferta regional: el astroturismo es un producto diferenciador de escala internacional para el corredor.

Tours de aventura, trekking y 4x4: Incluye ascensos a volcanes (Volcán Toco, Licancabur), trekking en Cordillera de la Sal y Cañón de Puritama, y bike tours a la Garganta del Diablo y Valle de Muerte. Son productos de nicho con menor volumen de reseñas individuales pero calificaciones muy altas, orientados a un segmento de turista más joven o de intereses especiales, coherente con la categoría "Turismo de Intereses Especiales".

Para contrastar el relevamiento de *TripAdvisor/Viator* se revisaron también las páginas de excursiones y actividades de *Civitatis*, una agencia online de menor escala pero de catálogo más vinculado al enfoque de "interés especial". Los productos ancla coinciden plenamente entre ambas plataformas: **Valle de la Luna, Géiseres del Tatio, Piedras Rojas/Salar de Atacama/lagos del altiplano, Lagunas Baltinache, Termas de Puritama, Valle del Arcoíris, Laguna Cejar/Tebenquiche/Ojos del Salar y Cordillera de la Sal** aparecen como los productos de mayor demanda en las dos fuentes. Civitatis aporta además algunos productos específicos no destacados en el relevamiento de TripAdvisor:

- Excursión a la Aldea de Tulor y Pucará de Quitor: producto específicamente arqueológico-patrimonial que combina ambos sitios prehispánicos en una sola salida de 5 horas — refuerza el eje de patrimonio y etnoturismo identificado en la sistematización de oferta regional.
- Sandboarding en el Valle de la Muerte y Trekking por Purilibre (hasta el río Vilama): productos de aventura y naturaleza de nicho que refuerzan el mismo segmento señalado en el relevamiento de TripAdvisor.
- Senderismo por la quebrada del río Puritama y Trekking al volcán Cerro Toco: confirman con una segunda fuente la consolidación del segmento de trekking/senderismo, ya identificado en TripAdvisor con calificaciones altas pero menor volumen de reseñas.

Tours de varios días: circuitos integrados con otros países o regiones

De los 60 productos de varios días relevados en TripAdvisor y Viator, la mayoría son combos de tours de un día empaquetados en 2 a 5 días dentro del propio destino (por ejemplo, "4 Tours en 2 Días" o "Lo Mejor de Atacama: 4 Tours en 3 Días"), sin salir de la comuna. El único

circuito internacional integrado que aparece de forma sistemática y con múltiples operadores es hacia Bolivia, con el Salar de Uyuni como destino final; en cambio, no se identificó ningún circuito de varios días comercializado desde San Pedro de Atacama hacia Argentina (Salta, Jujuy o el NOA) —ni cruzando el Paso de Jama o Sico hacia Salta, ni combinando San Pedro con destinos argentinos del corredor—, lo que contrasta con la fuerte impronta binacional hacia Bolivia.

Tabla 43. Circuitos de varios días desde San Pedro de Atacama hacia Bolivia (TripAdvisor/Viator)

Producto	Duración	Modalidad	Calificación (reseñas)
Salar de Uyuni desde San Pedro de Atacama (ida y vuelta o solo ida)	Más de 3 días	Compartido	4,5/5 (26)
Tour Salar de Uyuni 4 días desde Atacama (habitación privada disponible)	4 días / 3 noches	Compartido/privado	4,6/5 (44)
Tour de 3 días desde Atacama a las salinas de Uyuni (finaliza en Uyuni)	3 días	Compartido/privado	4,0/5 (4)
Tour Privado de lujo de 4 días al Salar de Uyuni desde San Pedro	4 días	Privado (grupo hasta 2)	4,9/5 (15)
4 - Día de Aventura en las Salinas de Uyuni y el desierto desde San Pedro hasta La Paz	4 días	Compartido, finaliza en La Paz (Bolivia)	Sin calificación aún
Salar de Uyuni 3 Días/2 Noches desde San Pedro de Atacama	3 días / 2 noches	Privado (grupo hasta 5)	4,8/5 (4)
Tour 2 Días al Salar de Uyuni desde San Pedro de Atacama en Bus	2 días	Compartido, en bus	5,0/5 (2)

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

5.3.2 Oferta comercial de Antofagasta (ciudad) y Calama

Se relevaron también las páginas de excursiones bajo las etiquetas “Antofagasta” y “Calama” en Nomades.com, Tur.com/Chiletur, Civitatis, TripAdvisor, Despegar y Adventure Life. El resultado confirma, con evidencia comercial concreta, una fuerte asimetría de estructuración de oferta dentro de la propia región.

Antofagasta ciudad: El catálogo de productos genuinamente antofagastinos propone tours a La Portada, las Ruinas de Huanchaca y la Mano del Desierto; una ruta del salitre (Estación Baquedano y Salitrera Chacabuco); y una experiencia de observación astronómica en la Salitrera de Chacabuco. También suman una experiencia en globo aerostático de 15 minutos.

Un factor que dificulta el posicionamiento de la Ciudad de Antofagasta como destino turístico es que al buscar “tours en Antofagasta” en plataformas, o en agencias que operan desde la ciudad, la mayoría de los productos listados bajo esa etiqueta geográfica son en realidad excursiones a San Pedro de Atacama ofrecidas por operadores con base comercial en Antofagasta capital.

Calama presenta un catálogo concentrado en el Alto El Loa y su entorno: el pueblo fantasma de Chacabuco, trekking al volcán Poruña, los geoglifos de Chug Chug, la combinación Chiu Chiu–Ayquina–Puente del Diablo, y circuitos hacia Ollagüe y sus salares (Civitatis). Sin embargo, en el resto de las plataformas relevadas (TripAdvisor, Despegar, Adventure Life), la oferta bajo la etiqueta "Calama" está dominada por servicios de traslado hacia San Pedro de Atacama (transfer aeropuerto-hotel) y por combos de varios días cuyo destino real es San Pedro, usando a Calama únicamente como puerta de entrada aérea.

Síntesis

El contraste entre los tres destinos relevados es nítido: San Pedro de Atacama concentra un catálogo de cientos de productos con múltiples operadores, calificaciones consolidadas y una categoría propia de circuitos de varios días; Calama cuenta con un catálogo acotado pero con identidad en el Alto El Loa y funciona además como puerta de entrada aérea hacia San Pedro; y Antofagasta capital —pese a ser sede administrativa regional y contar con puerto, aeropuerto internacional y la mayor población de la región— cuenta con un catálogo propio muy acotado en los canales digitales relevados, revendiéndose bajo su nombre buena parte de la oferta de San Pedro. El astroturismo y el patrimonio natural del altiplano son los productos de mayor tracción y mejor valorados, bajo un modelo comercial dominante de excursión de un día con salida diaria compartida, empaquetada en combos de 2 a 5 días dentro de la propia comuna antes que en estadías prolongadas o circuitos regionales amplios. La integración binacional más comercializada y consolidada es hacia el Salar de Uyuni (Bolivia), lo que evidencia que la infraestructura comercial, de rutas y de acuerdos con operadores está mucho más desarrollada hacia Bolivia que hacia Argentina.

Eje 6 — Formalización, calidad y capital humano

6.1 Empleo, formalización y calidad en el sector turístico

El sector turístico de Antofagasta tiene una de las participaciones relativas más altas del país en el empleo regional: 24.270 personas ocupadas en Actividades Características del Turismo (ACT), representando el 7,0% del empleo regional en 2024 (Anuario de Turismo 2024, SERNATUR/INE). Esta tasa representa una participación equivalente a la media nacional (6,9%). La región ocupa además la tercera posición nacional en ventas de empresas ACT.

Sin embargo, la concentración en los nodos de San Pedro de Atacama y Antofagasta ciudad, y la fragmentación empresarial —con predominio de microempresas y PYMES en el litoral y el interior— generan desafíos estructurales de formalización y calificación.

No se dispone de datos específicos sobre el nivel de formalización del sector turístico regional; no obstante, los testimonios aportados por referentes públicos y privados permiten estimar una informalidad significativa.

Tabla 44. Empleo, formalización y calidad en el sector turístico

INDICADOR	DATO DISPONIBLE
Empleo en ACT (2024)	24.270 personas (7,0% del empleo regional) ENE/INE. Tasa superior a la media nacional (6,9%). Anuario de Turismo 2024.
Empresas ACT registradas (2024)	8.193 (+5,2% vs 2023). Ventas: 28.792.319 UF (+8,9%) SII/SERNATUR. 3ª región en ventas ACT de Chile
Certificaciones de calidad	Sello Q: 42 empresas certificadas en calidad; Sello S: 9 empresas certificadas en sustentabilidad (SERNATUR). PTI SPA con énfasis en certificación.
Tasa de ocupación hotelera (2024)	50,8 % Región de Antofagasta (2025); 40,8% promedio nacional (EMAT 2024)

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

6.2 Oferta formativa y programas de capacitación

Según los aportes del Catálogo de Carreras 2025, publicado por la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR, la formación de capital humano para el turismo en la Región de Antofagasta se estructura en tres niveles —técnico, profesional y universitario—, con una cobertura institucional más diversificada que la de Tarapacá y anclada principalmente en los nodos de Antofagasta ciudad y Calama.

En el **nivel técnico** (Centros de Formación Técnica), dos instituciones registran oferta activa. El **CFT INACAP** opera en dos sedes: Calama ofrece el Técnico de Nivel Superior en Gastronomía (diurna y vespertina) y el Técnico de Nivel Superior en Gestión Turística; Antofagasta ofrece el Técnico de Nivel Superior en Gastronomía en jornada diurna. El **CFT Santo Tomás** (sede Antofagasta) dicta el Técnico de Nivel Superior en Gastronomía Internacional y Tradicional Chilena, en cinco semestres y jornada diurna.

En el **nivel profesional** (Institutos Profesionales), la región cuenta con tres instituciones. El **IP AIEP** (sede Antofagasta) ofrece dos programas: Administrador en Empresas Gastronómicas (ocho semestres, nivel profesional) y Técnico de Nivel Superior en Gastronomía Internacional (cuatro semestres, nivel técnico). El **IP INACAP** (sede Antofagasta) dicta la carrera de Administrador Gastronómico en ocho semestres, jornada diurna. El **IP Santo Tomás** (sede Antofagasta) ofrece el Técnico de Nivel Superior en Gestión Turística en modalidad semipresencial y cinco semestres, siendo la única carrera técnica en turismo con presencia verificada en la región a este nivel. Cabe destacar que ni el IP AIEP ni el IP Santo Tomás registran oferta en turismo o hotelería en Calama ni en San Pedro de Atacama, lo que expone una brecha de cobertura de los institutos profesionales en los nodos turísticos del interior (en Calama, la oferta técnica en turismo se limita al Técnico de Nivel Superior en Gestión Turística del CFT INACAP).

En el **nivel universitario**, la región cuenta con al menos dos instituciones relevantes. La **Universidad de Antofagasta (UA)**, institución pública regional, ofrece la carrera de Turismo y Hotelería; la Universidad Católica del Norte (UCN) también tiene sede en Antofagasta.

Eje 7 — Sostenibilidad

7.1 Marco nacional de desarrollo turístico sustentable

A nivel nacional, la Subsecretaría de Turismo cuenta con el **Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable**, que constituye uno de los principales instrumentos de política pública para orientar el desarrollo del turismo en Chile desde esta perspectiva. Su objetivo general es *"impulsar el desarrollo sustentable del sector mediante acciones en destinos turísticos priorizados, fortaleciendo su competitividad y reconocimiento como actividad económica estratégica".*

El plan adopta una visión de sustentabilidad alineada con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), integrando de manera equilibrada las dimensiones ambiental, social y económica, y se sustenta en cuatro principios transversales: sustentabilidad (integración de variables ambientales, sociales y económicas); focalización territorial (priorizando destinos con identidad local); inclusión y equidad (facilitando el acceso al turismo y al desarrollo de micro y pequeñas empresas); y articulación de actores (coordinación entre instituciones públicas, sector privado y comunidades locales).

El plan estructura sus intervenciones en cinco componentes estratégicos:

(1) Diversificación de experiencias, para desarrollar productos auténticos y diferenciados vinculados al patrimonio natural y cultural —turismo indígena, astronómico, científico, de naturaleza, patrimonio ferroviario, náutico, deportivo y enoturismo, incluido el turismo en áreas protegidas—;

(2) Desarrollo de destinos, para reducir brechas de competitividad mediante infraestructura habilitante, fortalecimiento de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT), articulación público-privada y gestión territorial diferenciada según la etapa de desarrollo;

(3) Fortalecimiento de la calidad y el capital humano, mediante mejora de competencias, certificación de trabajadores y prestadores y adopción de estándares de calidad, sustentabilidad y seguridad;

(4) Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo, ampliando el acceso de grupos vulnerables, adultos mayores y estudiantes y reduciendo la estacionalidad; y

(5) Promoción nacional e internacional, mediante marketing, inteligencia de mercado y herramientas digitales para aumentar las llegadas, prolongar la estadía y mejorar el posicionamiento competitivo de Chile.

7.2 Iniciativas y programas de sostenibilidad a nivel nacional

SERNATUR dispone de instrumentos orientados a fortalecer la competitividad de los prestadores turísticos mediante la adopción de estándares de calidad, sustentabilidad y mejora continua.

La Distinción de Turismo Sustentable (Sello S) es una certificación voluntaria, auditada por un tercero independiente y con reconocimiento internacional del Global Sustainable Tourism Council (GSTC), que evalúa el desempeño de las empresas —alojamientos, agencias de viaje y tour operadores registrados en SERNATUR— en las dimensiones ambiental, sociocultural y económica. El Sistema de Calidad Turística (Sello Q) es la principal certificación nacional de calidad para prestadores, auditada por organismos acreditados, y evalúa la atención al cliente, la gestión de procesos y mejora continua, la seguridad de las operaciones, la infraestructura y equipamiento y las competencias del personal, según el tipo de servicio.

7.3 Cambio climático

La Estrategia Climática de Largo Plazo de Chile (ECLP) establece la hoja de ruta hacia la carbono neutralidad y la resiliencia frente al cambio climático; en ese marco, la Subsecretaría de Turismo elabora el Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo (2025-2030), que reconoce el papel crucial del sector tanto por su vulnerabilidad ante las variaciones climáticas como por su potencial de contribución a la sostenibilidad. El Plan orienta la acción pública hacia la resiliencia de destinos y empresas, con medidas como el desarrollo de capacidades institucionales, la diversificación de productos turísticos resilientes, la gestión del riesgo climático, los sistemas de información para la toma de decisiones, la infraestructura turística adaptada y el impulso del turismo regenerativo.

Eje 8 — Marco institucional y gobernanza

8.1 Estructura institucional del turismo en Antofagasta

Chile posee un sistema político-administrativo unitario y descentralizado, organizado en niveles nacional, regional y municipal. En materia turística, la institucionalidad se estructura a partir de una conducción nacional encabezada por la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), organismos dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Mientras la Subsecretaría define políticas, estrategias y planificación sectorial, SERNATUR ejecuta acciones de promoción, estadísticas, desarrollo de destinos, certificación y fortalecimiento de la oferta turística.

A nivel regional, cada región cuenta con una Dirección Regional de SERNATUR y con Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMI), que articulan la política pública sectorial en el territorio. Paralelamente, los Gobiernos Regionales (GORE), encabezados por gobernadores electos, poseen crecientes atribuciones en planificación territorial, inversión pública y desarrollo económico regional, incluyendo turismo.

La Dirección Regional de SERNATUR en Antofagasta cuenta con dos oficinas de Información Turística en funcionamiento: una en la Ciudad de Antofagasta y otra en San Pedro de Atacama, frente a la Plaza Principal, así como una planta de funcionarios distribuidos en distintas áreas.

En el nivel local, los municipios cumplen funciones operativas y de gestión de destinos. La Municipalidad de San Pedro de Atacama, principal destino turístico de la región, opera la OIRS Turismo (munispa.cl/informacion-turista/) y articula con el PTI SPA de CORFO y con las comunidades atacameñas. La Municipalidad de Antofagasta cuenta con una Dirección de Turismo, pero no cuenta con Oficina de Información Turística activa.

Gremios y entidades del sector privado

Existen distintos gremios, asociaciones y cámaras que convocan a empresas vinculadas al comercio y/o el turismo, como la Cámara de Turismo de Antofagasta, la Cámara de Hoteleros de Antofagasta, con 22 miembros activos, la Cámara de Comercio y Turismo de San Pedro de Atacama, la Asociación Gremial Cámara de Turismo de El Loa, la Asociación Gremial de Guías de Turismo de San Pedro de Atacama - Proguias A.G., la Asociación Gremial de Mujeres en Turismo - AMET, la Asociación Gremial de Turismo y Medio Ambiente de San Pedro de Atacama - Atyma A.G., la Asociación Gremial de Astroturismo de San Pedro de Atacama - Astroloa A.G., la Asociación Gremial de Dueños de Transporte Privado y Turismo A.G. y Destino Atacama A.G.

Espacios de gobernanza turística en San Pedro de Atacama

La comuna cuenta con múltiples instancias de articulación público-privada para el desarrollo del turismo sostenible, con distintos grados de formalización y alcance territorial. La **Mesa Público-Privada de la Zona de Interés Turístico (ZOIT) "Área San Pedro de Atacama – Cuenca Geotérmica El Tatio"**, presidida por la Dirección Regional de SERNATUR, constituye el espacio de gobernanza técnico-política derivado de la declaratoria ZOIT y reúne a la Municipalidad, servicios públicos, gremios y comunidades para la ejecución del Plan de Acción territorial; la declaratoria de esta ZOIT no se encuentra plenamente vigente, sino en un proceso de actualización y trámite de nueva activación.

El **Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Sostenible San Pedro de Atacama**, impulsado por el Comité CORFO Antofagasta y ejecutado por la consultora GEDES, opera a través de un Comité Estratégico presidido por el alcalde de la comuna y convoca a tour operadores, gremios hoteleros, comunidades atacameñas e instituciones del Estado en torno a la gobernanza del destino, la digitalización de servicios (plataforma www.sanpedrodeatacama.travel) y la sostenibilidad hídrica y de carbono; este trabajo derivó en 2026 en la certificación internacional Green Destinations (nivel Plata) para el destino.

A nivel municipal, la Unidad de Gestión y Desarrollo Turístico de la Ilustre Municipalidad de San Pedro de Atacama actúa como contraparte técnica[25] que convoca a los prestadores registrados para abordar problemáticas del territorio, como la fiscalización del turismo informal y la capacidad de carga del destino.

Finalmente, la gobernanza de los principales atractivos naturales y arqueológicos de la comuna se resuelve mediante **contratos de asociatividad** entre CONAF y comunidades atacameñas específicas, en el marco del convenio CONAF-CONADI: la Comunidad de Coyo coadministra la Aldea de Tulor desde 1998, la Comunidad de Toconao el sector Soncor desde 2002, la Comunidad de Socaire las lagunas Miscanti-Miñiques desde 2003, y la Asociación Indígena Valle de la Luna (que agrupa a las comunidades de Solor, Séquitor, Coyo, Quitor, Larache y San Pedro de Atacama) el sector Valle de la Luna desde 2004 — un modelo de cogestión pionero en el país que regula horarios, aforo y guiado, mientras CONAF conserva la tuición de conservación del territorio.

Estos esquemas de gobernanza se reflejan, por ejemplo, en que la comuna de San Pedro de Atacama recibió en 2026 la certificación internacional **Green Destinations** nivel Plata**,** un reconocimiento que valora los avances desarrollados por el destino en materia de sostenibilidad turística y que, al mismo tiempo, plantea nuevos desafíos para continuar fortaleciendo una gestión responsable del territorio. La certificación destaca el trabajo colaborativo desarrollado entre representantes de las comunidades indígenas, operadores de turismo local, la Municipalidad de San Pedro de Atacama, el Comité CORFO Antofagasta y la empresa Novandino Litio, proyectando nuevos desafíos para fortalecer la sostenibilidad turística del destino.

La solidez de esta vinculación público-privada quedó evidenciada, asimismo, en la excelente concurrencia registrada en las reuniones realizadas en el marco del presente proyecto, lo que da cuenta de un ecosistema institucional activo y con disposición efectiva al diálogo intersectorial en torno al desarrollo turístico de la Región.

8.2 Marco de planificación y normativo

Instrumentos estratégicos para el turismo en la Región de Antofagasta

La Región de Antofagasta cuenta con un conjunto de instrumentos estratégicos relevantes para el turismo y el desarrollo del CBC. La **Política Regional de Integración e Internacionalización 2024-2030 (PRIIA)**, coordinada por la Unidad Regional de Asuntos Internacionales (URAI) del GORE y aprobada por unanimidad por el Consejo Regional en junio de 2024, articula específicamente la agenda binacional del corredor; su primer eje estratégico en implementación es la “Gobernanza Pública, Privada, Académica y de la Sociedad Civil organizada”.

[25] turismosanpedrodeatacama.com

A nivel sectorial, se suman la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2035 y la Mesa Regional de Turismo, instancia de gobernanza permanente, de periodicidad bimensual, entre SERNATUR, la Subsecretaría de Turismo y actores regionales. La región cuenta además con instrumentos específicos de planificación turística: el **Plan Regional de Turismo Sustentable** (2017 - 2027).

Por su parte, el **Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030**, prioriza una cartera de **proyectos de infraestructura** para apoyar el turismo sustentable regional al horizonte 2030, con financiamiento sectorial (MOP directo) y extrasectorial. Se concentra en 7 unidades técnicas: Vialidad (40%), Arquitectura (33%), Obras Portuarias (13%), Obras Hidráulicas (7%), Agua Potable Rural (5%), Aeropuertos (1%) y Concesiones (1%). La provincia de El Loa (San Pedro de Atacama + Calama-Alto El Loa) concentra la mayor cantidad de proyectos, seguida de Antofagasta y Tocopilla.

Otras estrategias también incorporan el turismo, como la Estrategia Regional de Innovación 2022-2028 (ERI), que lo define como Área de Especialización 3 (“Turismo de Intereses Especiales”), con tres líneas específicas: desarrollo del ecosistema habilitante para consolidar a Antofagasta como destino turístico, Turismo Experiencial, y “Antofagasta Destino 4.0”. La **Estrategia Quinquenal de Cultura Antofagasta 2024-2029** orienta la democratización del patrimonio y el fortalecimiento de la identidad atacameña.

Finalmente, la **Ley de Turismo N° 20.423 (2010)** constituye el marco normativo nacional, incluyendo la figura de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT). La Región de Antofagasta cuenta con dos ZOIT: “Área San Pedro de Atacama – Cuenca Geotérmica El Tatio”, cuya declaratoria no se encuentra plenamente vigente, sino en un proceso de actualización y trámite de nueva activación, y “María Elena – Pedro de Valdivia”, esta última vinculada directamente al patrimonio salitrero de la comuna.

A nivel comunal, existe el Plan de Desarrollo Turístico para San Pedro de Atacama (PLADETUR, 2020), que se ejecutó con foco en turismo municipal sustentable. Propuso un Plan de Acción Turístico 2020-2025, organizado en 5 ejes estratégicos: Desarrollo de Destino, Diversificación de la Experiencia, Fortalecimiento de la Calidad y Capital Humano local, Sustentabilidad, y Promoción/difusión/marketing turístico. El plan se vincula explícitamente con el PLADECO comunal como marco de justificación.

Tarapacá

Eje 1 — Posicionamiento territorial

1.1 Datos básicos del territorio

La Región de Tarapacá, ubicada en el extremo norte de Chile, es uno de los territorios más estratégicos del país desde el punto de vista geopolítico, económico y turístico. Limita al norte con la Región de Arica y Parinacota, al sur con la Región de Antofagasta, al este con Bolivia y al

oeste con el Océano Pacífico. Esta condición fronteriza con Bolivia la convierte en un nodo de articulación entre el Atlántico y el Pacífico, fundamental para el Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC).

Con una superficie de aproximadamente 42.226 km², representando el 5,6% del territorio nacional, la región se organiza político-administrativamente en **dos provincias —Iquique y Tamarugal— y siete comunas**: Iquique, Alto Hospicio, Pozo Almonte, Camiña, Colchane, Huara y Pica. Su territorio abarca una notable diversidad de paisajes con contrastes únicos que combinan desiertos, costa, altiplano, patrimonio, cultura viva y pueblos originarios.

Según datos del Censo 2024 la región cuenta con aproximadamente **369.000 habitantes**, de los cuales más del **90% se concentra en la conurbación Iquique–Alto Hospicio, la principal aglomeración del norte chileno. La edad promedio de la población regional es de 34 años.** Esta concentración demográfica contrasta con la vasta extensión despoblada del interior, que incluye comunas como Colchane (≈780hab.), Camiña y Huara, con alta presencia de comunidades indígenas aymaras.

Tabla 45. Datos básicos del territorio

INDICADOR	DATO
Superficie total	42.226 km²
Capital / ciudad principal	Iquique
Divisiones administrativas	2 provincias, 7 comunas
Población total (Censo 2024)	~369.000 habitantes
Principales núcleos urbanos	Iquique (199.000hab), Alto Hospicio (142.000hab), Pica (6.272hab)
PIB regional	USD 8.800 millones (2023, Banco Central de Chile). Minería: 37,8% del PIB minero nacional
Actividades económicas principales	Minería, Logística y Zona Franca de Iquique (ZOFRI), Pesca y Turismo.
Incidencia de la pobreza en la población (CASEN, 2022)	Tarapacá: 11% (promedio nacional: 6,5%)
Empleo en turismo (Actividades Características del Turismo) 2024	14.610 personas (7,6% del total regional — una de las tasas más altas de Chile)
Visitantes anuales a alojamiento turístico	En 2025 registró 333.559 llegadas a establecimientos de alojamiento turístico (+9,58 % interanual), 798.141 pernoctaciones, una estadía media de 2,39 noches y una tasa de ocupación en habitaciones del 40,6 % (SERNATUR, SIET – Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico, 2025)
Paso fronterizo principal	Colchane–Pisiga (Bolivia) por Ruta 15-CH

Fuente: elaboración propia sobre la base de INE, Censo 2024; Banco Central de Chile (2023); CASEN 2022; SERNATUR, Anuario de Turismo 2024 y SIET 2025.

La Política Regional de Turismo de Tarapacá (PRT) 2024–2034 registra que en 2025 la región alcanzó 382.734 llegadas de turistas internacionales, el 6,4% del total nacional, con un crecimiento del 34% respecto de 2024 (SERNATUR, 2025). Según la misma fuente, el sector comercio, restaurantes y hoteles aportan entre un 3% y un 5% del PIB regional y genera cerca del 12% del empleo, evidenciando su creciente relevancia para la diversificación económica.

1.2 Caracterización geográfica y morfológica

Tarapacá presenta una morfología de franjas longitudinales que condicionan tanto las actividades productivas como la oferta turística. La región se caracteriza por un clima donde predomina la ausencia absoluta de precipitaciones, con un paisaje de extrema aridez y vegetación precaria, siendo una de las regiones más secas del mundo. De oeste a este se distinguen tres grandes unidades:

- **Costa y Litoral (0-1.000 msnm):** playas del Pacífico con unos 150 km de extensión, costa acantilada con caletas pesqueras, dunas costeras como el Cerro Dragón, *la duna urbana más grande del mundo*. Iquique concentra la mayor parte de la infraestructura turística y comercial de la región.
- **Pampa del Tamarugal (1.000-2.000 msnm):** meseta interior desértica, sede de las grandes oficinas salitreras patrimoniales —Humberstone y Santa Laura— y de otras oficinas abandonadas, así como de tamarugales naturales y yacimientos de nitratos. Las ciudades de Pozo Almonte y Pica son los principales nodos de servicios. El 98,8% de la superficie forestal de la pampa está cubierta por tamarugos y algarrobos, árboles de porte que destacan en la zona.
- **Precordillera y Altiplano (2.000-5.000+ msnm):** Humedales altiplánicos, quebradas profundas con agua y vegetación (Quebrada de Tarapacá), oasis de altura (Pica, Mamiña), pueblos aymaras, termas, salares, volcanes y el Parque Nacional Volcán Isluga (altitud promedio de 4.000 msnm; 174.744 ha distribuidas en las comunas de Colchane, Camiña y Huara). La unidad concentra, además, relevantes sistemas de cultivo andino en terrazas. Colchane es el principal nodo fronterizo con Bolivia.

La región posee además un importante **sistema de áreas protegidas** que resguarda ecosistemas desérticos y altoandinos de gran valor ecológico y paisajístico. Destacan el *Parque* Nacional Volcán Isluga*, caracterizado por volcanes, bofedales y fauna altiplánica como vicuñas, llamas y flamencos; la* Reserva Nacional Pampa del Tamarugal*, creada para proteger los bosques de tamarugos adaptados al desierto más árido del mundo; y el* Parque Nacional Salar del Huasco*, humedal altoandino de relevancia internacional para aves migratorias y biodiversidad andina. Se complementan con áreas protegidas locales, destacando* Santuario de La Naturaleza Cerro Dragón y *Santuario de la Naturaleza Quebrada de Chacarilla*. Las Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE) de la región recibieron 6.888 visitantes en 2024 (-2,3% respecto del año anterior, SERNATUR, 2024).

El clima es predominantemente desértico, con cielos despejados más de 300 días al año, condición excepcional para el astroturismo y los deportes al aire libre. La costa goza de temperaturas templadas durante todo el año, mientras que el altiplano presenta amplias oscilaciones térmicas diarias.

1.3 Caracterización económica y productiva

La economía tarapaqueña se sustenta en cuatro pilares: la **minería** —tanto metálica como la histórica salitrera—, la logística asociada a la **Zona Franca de Iquique (ZOFRI), la pesca** y procesamiento de recursos marinos, y **el turismo**. Según el Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting – SPIM, 2026), la minería de Tarapacá genera el **37,8% del PIB minero chileno**, siendo la segunda región minera del país tras Antofagasta.

La ZOFRI constituye uno de los activos estratégicos más relevantes de la región y del corredor: reúne más de 2.000 empresas distribuidas en los recintos Amurallados I y II, el Barrio Industrial, el Mall ZOFRI, el Parque Industrial Chacalluta (Arica), el Centro Logístico y el Parque Industrial ZOFRI Alto Hospicio. Este espacio comercial conecta a Chile con Bolivia, Perú y otros países latinoamericanos, y genera un intenso flujo de carga y pasajeros que también alimenta el turismo de compras. En su balance 2025 (Boletín Informativo ZOFRI, 4to Trimestre 2025) las ventas al extranjero tuvieron como principales destinos Bolivia (47%), Paraguay (34%) y Perú (10%); los principales países proveedores fueron China (51%) y Estados Unidos (18%). El **puerto de Iquique** es uno de los tres puertos principales del norte de Chile, con presencia en los circuitos de carga de contenedores del Asia-Pacífico.

El turismo, por su parte, registra en 2024 una participación del 7,6% **en el empleo de actividades características del turismo (ACT) regional, una de las más altas de Chile en términos proporcionales.**[26] El Anuario de Turismo 2024 (SERNATUR/Subsecretaría de Turismo) registra 3.985 empresas ACT en Tarapacá (+3,1 v.a), con ventas de 15.008.511 UF, aunque con una variación interanual de -8,7% que expresa los desafíos de competitividad actuales. A modo de referencia, durante el trimestre móvil marzo-abril-mayo de 2025, las Actividades Características del Turismo (ACT) en la Región de Tarapacá registraron 12.830 personas ocupadas, equivalentes aproximadamente al 1,9% del total nacional (680.412 personas) (Subsecretaría de Turismo de Chile). Según datos de la Empresa Portuaria Iquique, en la temporada 2024-2025 el puerto recibió 14 naves, con 3.803 pasajeros y 2.942 tripulantes.

En términos generales, Tarapacá presenta un esquema turístico con un litoral altamente consolidado, liderado por Iquique y un interior andino con gran riqueza patrimonial y natural, pero todavía emergente.

[26] Actividades Características del Turismo: Esta clasificación es utilizada por organismos turísticos y estadísticos de Chile para identificar empresas cuya actividad principal está asociada al turismo, por ejemplo: alojamiento turístico agencias de viajes y tour operadores gastronomía y restaurantes transporte turístico recreación y actividades culturales servicios asociados al turismo

1.4 Posicionamiento en el Corredor Bioceánico de Capricornio

La Región de Tarapacá ocupa un posicionamiento geoestratégico determinante dentro del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC). El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026) identifica a la **conurbación Iquique–Alto Hospicio** como uno de los nodos funcionales clave del corredor en el lado chileno, reconocida por su **puerto, su aeropuerto** internacional y la ZOFRI (Zona Franca) como activos que la diferencian del resto de nodos del eje.

El CBC atraviesa Tarapacá principalmente a través de dos ejes:

- **Eje Norte-Sur (Ruta 5 / Ruta A-1):** conecta Iquique y Alto Hospicio hacia el sur con Antofagasta, **articulando la zona costera y los puertos**. En este tramo, el estudio informa que el proyecto de concesión Ruta 5 tramo Iquique–Antofagasta (PMCBC-CV-001, USD 607,4 millones) está en fase previa a licitación (prevista para 2026) e impactará directamente la conectividad regional.
- **Eje Este-Bolivia (Ruta 15-CH / Ruta A-16)**: **conecta Iquique con el interior y con Bolivia** a través del paso fronterizo Colchane–Pisiga (Bolivia), el principal cruce del corredor en Tarapacá. En 2025, Colchane registró 381.710 llegadas de turistas extranjeros, de las cuales 376.108 corresponden a ciudadanos bolivianos, consolidándose como uno de los pasos de mayor dinamismo del norte chileno.

Desde el punto de vista turístico, el fortalecimiento del CBC se visualiza como un factor clave para el desarrollo de la región, por su impacto en la conectividad, integración logística y articulación económica en la macrozona norte, con efectos directos en la Región de Tarapacá. Los antecedentes disponibles indican que el turismo regional de Chile se nutre especialmente de turistas provenientes de Argentina, Brasil, Perú y Bolivia que impulsan viajes de proximidad. En ese marco, la región de Tarapacá presentó en 2025 una alta concentración de las llegadas por pasos fronterizos terrestres según nacionalidad: destacan con fuerza los turistas bolivianos, que ingresan principalmente por el paso Colchane–Pisiga, con 376.674 llegadas (98% del total), seguidos muy por detrás por los argentinos con 1.377 (0,4%), los brasileños con 389 (0,1%) y los paraguayos con 215 (0,1%). Esta distribución evidencia una fuerte dependencia del turismo fronterizo, particularmente vinculado a dinámicas de proximidad territorial y movilidad terrestre. Estos mercados regionales impulsan segmentos claves como turismo de compras, turismo urbano y visitas familiares generando un flujo constante. El fortalecimiento del CBC a través del desarrollo de infraestructura y servicios asociados a la conectividad promueve un escenario propicio para fortalecer estos flujos regionales hacia la región de Tarapacá.

Tabla 46. Posicionamiento en el Corredor Bioceánico de Capricornio

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
Rol en el Corredor Bioceánico	Nodo costero-portuario del CBC en Chile; hub logístico ZOFRI–Puerto Iquique; acceso al altiplano boliviano por Colchane
Secciones del CBC en Tarapacá	Sección 1 (Costa Norte Grande): Ruta 5 / A-1 hasta Antofagasta. Ramal este: Ruta 15-CH hacia Bolivia (Colchane–Pisiga)
Paso fronterizo habilitado	Colchane–Pisiga (Bolivia): en 2025 se registraron 381.710 llegadas de turistas extranjeros por este paso, de las cuales 376.108 corresponden a ciudadanos bolivianos; entre enero y julio de 2026 se contabilizaron 179.868 llegadas
Articulación binacional con Argentina	Conexión indirecta con Salta y Jujuy a través de pasos de la región de Antofagasta (Jama)
Puerto	Puerto de Iquique: uno de los tres puertos principales del norte chileno; relevante para el Asia-Pacífico
Aeropuerto	Diego Aracena (IQQ): 845.558 pasajeros embarcados en 2024 (Gobierno de Chile). Operan 3 líneas aéreas conectando a Iquique con las principales ciudades chilenas (Sky, Latam, Jetsmart) y BOA conectando a Iquique con Bolivia.

Fuente: elaboración propia sobre la base del Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026), SERNATUR y Gobierno de Chile.

Un dato muy relevante es que la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034 incorpora el Corredor Bioceánico de Capricornio como un **quinto escenario estratégico prospectivo** —adicional a los cuatro escenarios del Foro Económico Mundial— reconociendo su materialización como "un factor altamente relevante para el desarrollo turístico del norte de Chile, particularmente por sus impactos en la conectividad, integración logística y articulación económica en la macrozona norte, con efectos directos en la Región de Tarapacá" (CYTIES I+D / GORE Tarapacá, 2026). En este marco, el CBC se articula con una estrategia de internacionalización que prioriza los mercados de Brasil y Argentina, en el contexto del corredor y la ZICOSUR.

Eje 2 — Oferta turística

2.1 Destinos y organización territorial del turismo

La **Política Regional de Turismo de Tarapacá (PRT) 2024–2034**, aprobada por el Consejo Regional en marzo de 2026 y diseñada por CYTIES Investigación & Desarrollo, constituye la principal hoja de ruta estratégica del sector.

El proceso de participación ciudadana e interinstitucional involucró a 1.076 actores de las siete comunas en sus seis etapas. La PRT establece siete ejes estratégicos para el turismo regional: (1) Gobernanza Turística Regional, (2) Infraestructura Turística Estratégica, (3) Capital Humano, (4) Promoción, Imagen y Conciencia Turística Regional, (5) Diversificación de Experiencias Turísticas, (6) Inteligencia Turística y Sistemas de Información Regional, y (7) Gestión Turística Sustentable. Contempla una cartera de inversiones estimada en

$18.503.000.000 (pesos chilenos) para el período 2026–2034, distribuida en 55 iniciativas de inversión (IDI) que incluyen estudios, programas y proyectos.

Por su parte, el **Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030** (Subsecretaría de Turismo / MOP) organiza el territorio de Tarapacá en destinos turísticos según su estado de desarrollo. Según esta clasificación, la región concentra más del 95% de sus atractivos en tipologías **naturales e histórico-culturales**, con destinos consolidados, en desarrollo y potenciales.

Tabla 47. Destinos y organización territorial del turismo

DESTINO / LOCALIDAD	CLASIFICACIÓN	PRINCIPALES ATRACTIVOS
Iquique	Consolidado	Playas, parapente, sandboard (Cerro Dragón), ZOFRI, casco histórico, museos, gastronomía, vida nocturna, surf y deportes náuticos
Pica – Matilla	Consolidado - ZOIT Comuna de Pica	Oasis, piscina natural La Cocha, frutales y limoneros, iglesias coloniales, termas, huellas de dinosaurios (Quebrada Chacarilla), Parque Nacional Salar del Huasco
Mamiña	Consolidado - ZOIT Pueblo de Mamiña	Termas medicinales, Ojo del Gigante, cultura quechua, pueblo precordillerano
Colchane	Potencial - ZOIT (Zona de Interés Turístico)	Parque Nacional Volcán Isluga, salares, comunidades aymaras, paso fronterizo con Bolivia
Huara – Camiña	Potencial	Salitreras, Quebrada de Camiña, quebradas andinas
Pozo Almonte	En desarrollo	Salitreras Humberstone y Santa Laura (UNESCO), Geoglifos de Pintados, La Tirana (Virgen del Carmen)
Alto Hospicio	Potencial	Ciudad dormitorio de Iquique; funcionalidad de servicios para la conurbación metropolitana

Fuente: elaboración propia sobre la base del Plan Especial de Infraestructura MOP de Apoyo al Turismo Sustentable a 2030 y de la Subsecretaría de Turismo (ZOIT).

La PRT 2024–2034 aporta una caracterización detallada de la situación actual y esperada del turismo en cada una de las siete comunas, resultado del proceso participativo territorial. Se destacan los siguientes hallazgos por comuna:

- **Iquique:** predominio del turismo corporativo (MICE) vinculado a la minería, con alta ocupación en periodos laborales y marcada estacionalidad. El turismo vacacional no logra articularse con el interior, manteniendo a Iquique como "destino de paso". Se identifican desafíos en seguridad, posicionamiento y gobernanza, así como deterioro de espacios urbanos clave. La visión se orienta a transitar desde un nodo funcional hacia un destino consolidado, fortaleciendo la articulación territorial e incrementando la estadía. En este marco, los representantes de la Ilustre Municipalidad de Iquique destacaron que la ciudad se posiciona en el marco del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) como un nodo urbano de perfil más turístico, en contraste con el rol logístico de Antofagasta. La ciudad cuenta con una marca turística consolidada y

desarrolla un trabajo continuo de promoción, complementario al de SERNATUR. Entre sus principales iniciativas se destacan el Plan Maestro para la renovación de Baquedano, gestión del Cerro Dragón, el proyecto del teleférico con Alto Hospicio y su impulso como "Surf City" y plaza de turismo deportivo de temporada baja mediante eventos como el Ironman. Además, dispone de la playa Cavancha con certificación Nivel Plata operativa todo el año y proyecta remodelar la zona del casino para construir una arena deportiva.

- **Alto Hospicio:** territorio emergente con potencial de integración al sistema turístico metropolitano. Destacan hitos como Huantajaya, miradores, rutas de parapente y un incipiente eje paleontológico. Enfrenta brechas en logística, infraestructura y estandarización. Su cercanía con Iquique le otorga ventaja estratégica para generar encadenamientos turísticos en la conurbación.

- **Pozo Almonte:** nodo articulador clave del sistema turístico del Tamarugal, con acceso al circuito salitrero, La Tirana y Mamiña. El predominio de excursiones tipo "full day" limita la permanencia de visitantes. La visión se orienta a transitar desde un modelo de tránsito hacia uno de estadía y experiencia, fortaleciendo la conectividad y comercialización. Los representantes del Municipio destacaron que el territorio alberga importantes atractivos como las ex oficinas salitreras Humberstone, declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y caracterizadas por su alta accesibilidad y cercanía a Iquique. Aunque la localidad en sí misma no es definida estrictamente como turística, concentra alrededor de 1.200 plazas hoteleras y es el punto de partida para visitar La Tirana, sede de la gran fiesta religiosa de julio. En su territorio también se encuentra el geoglifo de Pintados, que recientemente postuló a la UNESCO, la localidad de Huatacondo con sus recursos arqueológicos y paleontológicos, y el pueblo de Mamiña; este último cuenta con un proyecto para mejorar sus instalaciones de aguas termales, si bien la mayoría de sus establecimientos enfrenta dificultades estructurales para formalizarse debido a problemas de acceso al saneamiento.

- **Pica:** destino consolidado con fuerte identidad rural y patrimonio biocultural. Alta afluencia de visitantes mayoritariamente de paso. Requiere fortalecer la señalética interpretativa y el relato turístico del oasis, avanzar en formalización de alojamientos y desarrollar productos integrados agro-gastronómicos. Los referentes municipales valoraron la gestión turística radicada en el área de Fomento Productivo y señalaron que las aguas termales del oasis son la principal motivación de viaje. Su atractivo central es la Cocha Resbaladero, administrada conjuntamente con un consorcio de agricultura, complementado por visitas a iglesias, Matilla y el Parque Nacional Salar de Huasco. Cuenta con diversas distinciones de relevancia, tales como el Premio Best Tourism Village (BTV) 2021, el Sello Starlight 2022, la certificación del Limón de Pica y la distinción de Municipio Turístico otorgada por SERNATUR, además de integrar la

Red de Municipios Turísticos. Sus mercados principales son el turismo nacional y regional y los grupos de turismo social. Como brecha, los referentes señalaron la falta estacional de agua.

- **Colchane:** destino potencial de turismo especializado de montaña, naturaleza extrema y turismo indígena, con la ZOIT Colchane en funcionamiento.
- **Huara:** territorio de alto valor para turismo indígena, patrimonial y de intereses especiales, parte del "Museo a Cielo Abierto" del Tamarugal. Destaca la Ruta Jallalla, desarrollada en colaboración con INDAP: un circuito turístico y patrimonial de dos días en la precordillera que une cuatro localidades —Huasquiña, Mocha, Huaviña y Sibaya — y que constituye un producto estructurado emergente. Enfrenta brechas en conectividad y ordenamiento territorial. Definida bajo los ejes de cultura, turismo y patrimonio, la localidad posee, según declaraciones municipales, la mayor concentración de patrimonio arqueológico de la región, albergando atractivos de la magnitud del Gigante de Tarapacá, el cual es gestionado por el Consejo de Monumentos Nacionales. No obstante, el principal obstáculo estructural de la comuna radica en que casi toda su oferta turística es informal debido a las barreras existentes para obtener las certificaciones requeridas. Ante este escenario, se sugirió elaborar un Plan de Desarrollo Turístico Comunal (PLADETUR) y se visualiza una oportunidad de crecimiento a través del desarrollo del turismo científico.
- **Camiña:** alto valor patrimonial y paisajístico, con potencial para turismo indígena y agroturismo en quebrada. La cercanía con la Laguna Roja representa un hito de atracción de escala internacional. Brechas críticas en conectividad y gestión de riesgos viales.

Un aspecto transversal en toda la región, como ya se advirtió, es la presencia de expresiones de arte rupestre. La región alberga una notable riqueza de geoglifos y petroglifos, expresiones de los primeros habitantes de la zona, destacándose los **Geoglifos de Pintados** con más de 450 figuras plasmadas en las laderas de los cerros entre los años 500-1500 DC y el **Gigante de Tarapacá, la figura antropomorfa más grande del mundo** (119 m de largo; c. 1000 d. C.). El patrimonio ancestral de la región destaca también por albergar las **momias más antiguas** del mundo pertenecientes a la Cultura Chinchorro que habitó la región entre el 6000 y el 1500 a. C. que se pueden apreciar en el Museo de Iquique y Pozo Almonte.

Desde una mirada territorial y turística amplia, el desarrollo turístico asociado al CBC puede interpretarse a partir de dos dinámicas territoriales complementarias:

1. Eje costero-logístico (Iquique–Alto Hospicio–Antofagasta), este eje norte-sur consolidado por la Ruta 5 y la Ruta A-1 fortalece el rol de Iquique como principal destino turístico regional y nodo urbano multifuncional del corredor. La combinación de puerto, aeropuerto internacional, ZOFRI y oferta turística diversificada convierte a la ciudad en el principal punto

de entrada y distribución de flujos turísticos del norte grande chileno. Desde la perspectiva turística, este eje presenta el mayor desarrollo y nivel de consolidación turística de la Región de Tarapacá y Antofagasta, ya que concentra la mayor infraestructura hotelera y gastronómica y articula turismo de playa, compras, deportes y cultura. Posee, además, conectividad aérea nacional e internacional y funciona también como centro de distribución hacia el interior. Como se señaló, el turismo corporativo y MICE vinculado a la minería completan este perfil.

En las reuniones se manifestó que el turismo vacacional, que toma relevancia en verano, no logra articularse con el interior y permanece mayormente en Iquique, que opera en muchos casos como único centro receptivo de esa demanda; en cambio, para otros flujos la ciudad funciona como punto de tránsito, lo que explica su caracterización como "destino de paso" en la PRT. Por otro lado, Iquique actúa como centro distribuidor ya que de allí se operan y comercializan las excursiones hacia otros atractivos y destinos turísticos.

2. Eje andino (Iquique–Colchane–Bolivia): en este caso, el eje este-oeste articulado por la Ruta 15-CH y el paso fronterizo Colchane–Pisiga representa una potencial dimensión estratégica del CBC para el turismo internacional terrestre[27]. Iquique se ubica a aproximadamente 240 km del paso Colchane, equivalentes a unas 3 o 4 horas por carretera.

Turísticamente, este corredor posee aún un **desarrollo turístico emergente**[28] pero con un **enorme potencial para desarrollar** a partir de ejes como el turismo cultural andino, el avistaje de aves y fauna, el turismo comunitario indígena, el astroturismo y circuitos binacionales y multinacionales.

Entre la potencialidad del territorio, se destaca el Parque Nacional Volcán Isluga con volcanes sobre los 4.500 msnm y circuitos de alta montaña. Se busca que la comuna de Colchane adopte un modelo de desarrollo sustentable incorporando principios de economía circular (3R) y pertinencia cultural indígena, en articulación con dinámicas andinas transfronterizas. En su Diagnóstico, la Política Turística Regional Tarapacá reconoce que el destino enfrenta brechas en infraestructura básica, conectividad y capital humano especializado, que limitan el escalamiento de su oferta. En la actualidad, la comuna cuenta con institucionalidad turística operativa y la ZOIT Colchane en funcionamiento, un aspecto muy relevante para su gestión. En este marco, la visión se orienta a consolidar un destino de nicho, especializado y sustentable, basado en su singularidad altiplánica y su riqueza cultural, avanzando en la superación de brechas para posicionarse como referente de turismo de montaña e indígena en el contexto andino.

[27] El fuerte crecimiento de llegadas internacionales en Colchane advierte de la importancia de este paso.

[28] El mapa turístico muestra que gran parte de los territorios atravesados por este eje aún presentan estadios "potenciales" o "emergentes". Colchane, pese a su relevancia geopolítica, todavía posee baja consolidación turística, limitada infraestructura y fuerte dependencia de la frontera. Algo similar ocurre en Huara y Camiña, donde existen atractivos patrimoniales y paisajísticos de alto valor —geoglifos, quebradas andinas, patrimonio salitrero y cultura aymara— pero con baja articulación comercial y turística

El paso fronterizo Colchane–Pisiga conecta Tarapacá con el altiplano occidental de Bolivia y constituye un acceso terrestre que hoy es utilizado principalmente por camioneros, pero que une Chile con ciudades y atractivos andinos bolivianos. Desde este paso se accede principalmente a Oruro (240 km desde Pisiga/Colchane) y Uyuni (270 km desde el Paso)[29].

En 2025 ingresaron por este paso 381.710 turistas extranjeros (376.108 de ellos, ciudadanos bolivianos), el 98% del total de llegadas terrestres a la región, flujo en el que la proximidad territorial y la movilidad terrestre son factores determinantes.

Los participantes de las reuniones mantenidas en Tarapacá con actores de servicios públicos y también del sector privado coincidieron en señalar que Tarapacá dispone de una oferta turística diversa y con potencial para diferenciarse dentro del Corredor Bioceánico. De manera reiterada se destacó la complementariedad entre el litoral, el desierto, el patrimonio salitrero, los geoglifos, el patrimonio arqueológico, el turismo indígena, la gastronomía, el enoturismo del desierto, el turismo deportivo y el astroturismo, considerándose que esta diversidad constituye uno de los principales atributos competitivos de la región.

Las ZOIT de Tarapacá

Las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) son territorios comunales, intercomunales o áreas dentro de estos que poseen condiciones especiales para la atracción turística y que requieren medidas de conservación y de una planificación integrada para focalizar las inversiones del sector público y promover las del sector privado. En la Región de Tarapacá la Subsecretaría de Turismo de Chile informa la existencia de tres zonas declaradas bajo la Ley N° 20.423, Decreto N°30:

- **ZOIT Pueblo de Mamiña** (Región de Tarapacá, comuna de Pozo Almonte). Su perfil turístico se articula en torno al **turismo de salud y bienestar** —sustentado en sus termas medicinales (Baños Ipla, Barros Chinos) y en un entorno de precordillera andina con patrimonio quechua vivo, casco histórico en piedra rosada, arte rupestre y tradiciones como el Baile Cachimbo—. Con 72.021 visitantes en 2024 y 37 prestadores registrados (21 alojamientos, 13 guías, 3 restaurantes), el destino atraviesa una reconversión desde el mercado minero hacia el turismo general. El Plan de Acción para

[29] A modo referencial, se rescata de blogs de viajes la experiencia de transitar por este paso fronterizo: “El viaje entre Iquique y Oruro es de 17 horas, en una ruta muy usada por comerciantes bolivianos, quienes viajan a Iquique por su Zona Franca. Los buses salen a las 6:00pm de cada día y paran en la frontera durante la noche para esperar que el complejo fronterizo de Colchane abra sus puertas, a las 8:30 am, y desde allí seguir hasta Oruro. Se puede hacer ese viaje con Jet Nort que tiene salidas diarias” (Fuente: https://boliviatickets.wordpress.com/2019/01/). En un video de You Tube que recorre la Ruta 5, Claudio Iturra nos sumerge en Colchane, al que describe de la siguiente manera: “un tranquilo pueblo altiplánico a más de 3.700 metros de altitud donde la vida transcurre entre el imponente paisaje desértico y el constante flujo comercial de camiones en la frontera con Bolivia”. Sin embargo, menciona que el gran atractivo de la zona reside en sus alrededores, donde Iturra destaca especialmente la visita al Parque Nacional Volcán Isluga; allí se adentra en el misterioso y sagrado pueblo ceremonial de Isluga, una localidad aymara con una hermosa iglesia patrimonial que permanece completamente deshabitada y congelada en el tiempo, cobrando vida únicamente cuando las comunidades regresan para celebrar sus festividades tradicionales. (Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=gg-I16wxUzA)

la prórroga 2025–2029 prioriza cinco ejes: infraestructura termal y vial (incluyendo la ruta Mamiña–Pica, $5.000 millones), promoción digital y eventos, sustentabilidad y manejo de residuos, diversificación de productos con identidad territorial (agroturismo, turismo indígena, astroturismo ancestral) y capacitación del capital humano local.

- **ZOIT Comuna de Pica** (Región de Tarapacá, vigencia 2022–2026). Su perfil turístico se articula en torno al **turismo de naturaleza y esparcimiento** —sustentado en el Oasis La Cocha Resbaladero (120.000 visitas anuales pre-pandemia), la gastronomía del Limón de Pica (con denominación de origen), el agroturismo, el patrimonio colonial de Matilla, las huellas de dinosaurios de Chacarillas y el potencial astroturístico de sus cielos—, con 63 prestadores registrados y vocación de destino todo el año. Los ejes de acción e inversión para el período 2022–2026 priorizan: infraestructura de acceso y señalética, promoción digital y posicionamiento de destino, sustentabilidad y certificación ambiental, digitalización de la oferta turística y capital humano (capacitación, certificación de competencias y bolsa de empleo).
- **ZOIT Comuna de Colchane:** la ZOIT se encuentra declarada; sin embargo, no se identificaron registros ni informes publicados sobre su Plan de Acción ni sobre sus avances.

2.2 Inventario de atractivos y recursos turísticos

Tarapacá posee un inventario patrimonial de primer orden que combina atractivos naturales excepcionales, herencia prehispánica, legado salitrero industrial y vibrantes tradiciones religiosas populares. El siguiente inventario está elaborado sobre la base de los registros oficiales, a saber:

Tabla 48. Inventario de atractivos y recursos turísticos naturales

ATRACTIVO	JERARQUÍA SERNATUR	TIPOLOGÍA	COMUNAS	OBSERVACIONES
Cerro Dragón	Nacional · Santuario de la Naturaleza D.E. 419/2005	Duna / Campo dunario	Iquique	Duna urbana más grande del mundo; referente del sandboard y el parapente con vista al Pacífico. Estado: Buena.
Playas de Iquique: Cavancha, Brava, Huaiquique	Internacional (Cavancha) / Nacional (Brava, Huaiquique)	Sol y playa / Náutico	Iquique	150 km de playas con buena pesca (Plan MOP, p. 24). Surf, buceo, kitesurf. Clima estable todo el año. La Playa Huaiquique es ideal para surf según SERNATUR.
Parque Nacional Volcán Isluga	Nacional · ASPE · CONAF	Ecoturismo / Aventura / Cultural	Colchane / Camiña / Huara	174.744 ha; altitud promedio de 4.000 msnm. Volcán Isluga: 5.544 msnm. Fauna altoandina: vicuñas, flamencos, cóndores. Comunidades aymaras activas. Creado en 1967.

ATRACTIVO	JERARQUÍA SERNATUR	TIPOLOGÍA	COMUNAS	OBSERVACIONES
Géiser de Puchuldiza	Internacional · SERNATUR 2020	Géiser / Geotérmico	Colchane	Campo geotérmico a 4.232 msnm. Uno de los únicos campos de géiseres de Chile. Jerarquía internacional según el inventario oficial.
Parque Nacional Salar del Huasco	Nacional · ASPE · CONAF	Humedal altoandino / Fauna	Pica	Aproximadamente 120.000ha. Hábitat de flamencos, aves migratorias, cóndor y ñandú. Acceso desde Pica.
Termas de Mamiña y Termas de Enquelga	Nacional (ambas)	Termal / Bienestar	Pozo Almonte (Mamiña) / Colchane (Enquelga)	Mamiña: aguas sulfurosas de propiedades medicinales; destino de turismo terapéutico consolidado. Enquelga: rodeada de altiplano a más de 4.000 msnm; entorno paisajístico excepcional.
Termas de Lirima / Chusmiza	Regional (Lirima) / Local (Chusmiza)	Termal / Rural	Pica (Lirima) / Huara (Chusmiza)	Chusmiza: a 3.650 msnm en acantilado rocoso. Lirima: junto al cordón montañoso Sillajuay, en bofedal de alta montaña. Plan MOP incluye proyectos de mejora de acceso a ambas.
La Cocha y Oasis de Pica	Internacional (Oasis de Pica)	Oasis / Recreativo / Rural	Pica	Oasis en pleno desierto reconocido por SERNATUR como atractivo de jerarquía internacional. La Cocha: piscina natural de aguas tibias en quebrada volcánica, icono del destino Pica (Fuente: www.descubretamarugal.com).
Quebrada de Tarapacá / Circuito Quebrada de Tarapacá	Regional	Natural / Cultural / Circuito	Huara	Circuito registrado en SERNATUR. Quebrada con agua y vegetación en el desierto; pueblos prehispánicos; iglesias coloniales. Acceso desde Huara.
Quebrada de Camiña	Confluye con Pueblo de Camiña (Nacional)	Natural / Cultural	Camiña	Valle andino precordillerano con terrazas de cultivo, agua y vegetación. Pueblo de Camiña: origen prehispánico, jerarquía Nacional en SERNATUR.
Quebrada de Chacarilla · Huellas de Dinosaurios	Nacional · Santuario de la Naturaleza D.E. 664/2004	Paleontológico / Científico	Pica	Huellas de dinosaurios en cinco puntos diferentes de la ladera. Declarado Santuario de la Naturaleza. Estado: Regular. Plan MOP prevé centro de interpretación (p. 63).
Salares: Coposa y Llamara	Nacional (ambos)	Salina / Fauna / Científico	Pica (Coposa) / Pozo Almonte (Llamara)	Salar de Coposa: 3.730 msnm, fauna de puna (pato puna, gaviota andina, ganso andino). Salar de Llamara: organismos de cianobacterias únicos; potencial para turismo científico.
Bosque de Cactus Gigantes de Ancovinto	Nacional	Flora / Fauna / Aventura	Colchane	Cactus de hasta 10 m de altura en zona fronteriza de Colchane. Estado: Buena. También referenciado en www.visitatarapaca.cl

ATRACTIVO	JERARQUÍA SERNATUR	TIPOLOGÍA	COMUNAS	OBSERVACIONES
Laguna Parinacota y Laguna–Bofedales Arabilla	Nacional (ambas)	Fauna / Humedal altoandino	Colchane	Al interior del P.N. Volcán Isluga. Laguna Parinacota: humedal de altura con flamencos. Arabilla: flamenco chileno y gran variedad de avifauna.

Fuente: elaboración propia sobre la base del Inventario de Atractivos Turísticos R01 (SERNATUR, 2020), el Plan Especial de Infraestructura MOP 2030 y www.visitatarapaca.cl.

Tabla 49. Inventario de atractivos y recursos turísticos culturales e históricos

ATRACTIVO	JERARQUÍA SERNATUR	TIPOLOGÍA	COMUNAS	OBSERVACIONES
Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura	Internacional · MH D.S. 320/1970 · Patrimonio Mundial UNESCO	Patrimonial / Industrial	Pozo Almonte	Declaradas Monumentos Históricos y Patrimonio de la Humanidad. Museos industriales al aire libre del ciclo salitrero. Estado: Regular.
Calle Baquedano, Plaza Arturo Prat.	Internacional · Zona Típica D.S. 935/1977	Patrimonial / Urbano	Iquique	Conjunto arquitectónico de madera de los siglos XIX y XX. Centro histórico de Iquique. Declarado Zona Típica. Estado: Buena.
Gigante de Tarapacá/ Geoglifos Cerro Unitas	Internacional (ambos)	Arqueológico / Geoglifo	Huara	Figura humana de 119 m de largo en el flanco noroeste del cerro Unita; atribuida a la cultura Tiwanaku. Geoglifos del Cerro Unitas: figura monumental de 86 m de altura. Son dos registros del mismo sitio arqueológico.
Geoglifos de Pintados	Internacional · MH D.S. 5591/1969	Arqueológico / Geoglifo	Pozo Almonte	Manifestaciones rupestres prehispánicas del siglo IX D.C. Uno de los conjuntos de geoglifos más relevantes de América del Sur. Estado: Buena.
Museo Corbeta Esmeralda	Internacional	Museo / Naval	Iquique	Réplica de la corbeta Esmeralda. Los restos náufragos originales están declarados MH D.S. 723/1973. Emblema de la identidad regional e historia naval chilena.
Pueblo de Isluga / Iglesia Santuario de Isluga	Nacional (pueblo, Zona Típica D.S. 36/1992) / Nacional (iglesia, MH)	Cultural / Comunitario / Arquitectura	Colchane	Pueblo ritual aymara del altiplano. Iglesia del siglo XVIII con muros de piedra no canteada y argamasa. Custodio permanente. Estado: Buena.
Iglesia de Caraguano	Nacional · MH D.E. 18/2006	Arquitectura colonial	Colchane	Al interior del P.N. Volcán Isluga. Nave simple de planta rectangular. Estado: Buena.
Geoglifos de Tiliviche / Petroglifos de Ariquilda / Petroglifos Tamentica	Nacional (los tres)	Arqueológico / Arte rupestre	Huara (Tiliviche, Ariquilda) / Pozo Almonte (Tamentica)	Tiliviche: ~100 geoglifos en ladera sur de la quebrada. Ariquilda: petroglifos en Quebrada del Aroma. Tamentica: afloramiento de granodiorita con grabados prehispánicos. Estado: Buena.
Teatro Municipal de Iquique / Palacio Astoreca / Torre Reloj Plaza Prat	Nacional (los tres) · MH	Arquitectura / Patrimonio urbano	Iquique	Teatro: MH D.S. 935/1977, íntegramente en madera. Palacio Astoreca: MH D.E. 505/1994, 1904. Torre Reloj: MH D.S. 433/1987, construida en 1877. Conjunto patrimonial de la era salitrera.

ATRACTIVO	JERARQUÍA SERNATUR	TIPOLOGÍA	COMUNAS	OBSERVACIONES
Momias de la Civilización Chinchorro - Museo Regional Iquique y Museo Pozo Almonte	Momias y asentamientos son Patrimonio de la Humanidad (UNESCO; 2021)	Patrimonial/ arqueológico	Iquique / Pozo Almonte	Sala de exposición de las momias más antiguas del mundo, expresión de la Civilización Chinchorro. Datación: entre 6000 y 1500 a. C.
Qhapaq Ñan (Camino del Inca)	Patrimonio Mundial UNESCO (6 países)	Patrimonial / Arqueológico / Senderismo	Varios (Huara, Colchane)	Sistema vial andino prehispánico. Patrimonio Mundial compartido con Argentina, Bolivia, Perú, Colombia y Ecuador. Plan MOP prevé habilitación de sendero interpretativo (p. 62).
Monumento Escuela Santa María de Iquique	Nacional	Sitio de Memoria / Histórico	Iquique	Memorial de la masacre de 1907. Lugar de interés histórico de jerarquía nacional. Estado: Regular.
Aldea Prehispánica de Huatacondo	Nacional	Arqueológico / Ruina	Pozo Almonte	Recinto amurallado con plaza ovalada de 47 m de diámetro, rodeada de ~140 centros habitacionales circulares. A 220 km de Iquique. Estado: Regular.
Pisagua: conjunto patrimonial	Internacional (pueblo) · Nacional (Hospital, Teatro, Torre Reloj)	Patrimonial / Historia / Memoria	Huara	Puerto histórico y caleta costera. Teatro de Pisagua (MH, 1892), Hospital de Pisagua (MH, 1909), Torre Reloj (MH). Sitio de detención política 1973-1990. Conjunto patrimonial de excepcional riqueza.

Fuente: elaboración propia sobre la base del Inventario de Atractivos Turísticos R01 (SERNATUR, 2020), el Plan Especial de Infraestructura MOP 2030 y www.visitatarapaca.cl

Distribución de atractivos

La PRT 2024–2034 sistematiza el inventario de atractivos de la región a partir del catastro de SERNATUR (2020) y actualizaciones de 2025. La distribución territorial es marcadamente asimétrica, tal como se observa en la Figura 1. El 75% de los atractivos (183 en total) se concentra en la Provincia del Tamarugal, mientras que el 25% restante (61 atractivos) corresponde a la Provincia de Iquique. Por comunas: Huara (73 atractivos), Colchane (39), Camiña (19), Pozo Almonte (29), Pica (23) conforman el núcleo patrimonial del Tamarugal; mientras que Iquique concentra 53 y Alto Hospicio 8. Esta distribución refuerza el diagnóstico de asimetría territorial: el interior concentra la riqueza de atractivos pero el litoral concentra la infraestructura y los flujos.

Figura 1. Atractivos y elementos turísticos (potenciales) de la Región de Tarapacá



Figura 3. Atractivos y Elementos Turísticos (Potenciales) de la Región de Tarapacá.
Fuente: Cyties I+D basado en el catastro de SERNATUR, 2020 y Reunión con Oficina Turismo con la Municipalidad Alto Hospicio, junio 2025.

Fuente: Política Turística Regional Tarapacá 2026

Fiestas Populares y Cultura Inmaterial

Tarapacá concentra festividades de jerarquía internacional y nacional registradas en el Inventario SERNATUR 2020:

- Fiesta de la Virgen de la Tirana (16 de julio, jerarquía Internacional): celebración religiosa anual en el pueblo de La Tirana, en honor a la Virgen del Carmen. Una de las festividades religiosas más convocantes de Chile, con peregrinación masiva y presencia de decenas de cofradías de bailes religiosos (diablos, morenos, chinos, entre otros). El pueblo de La Tirana está declarado Zona Típica (D.S. 1752/1971). Fuente: SERNATUR 2020.
- Fiesta de Santo Tomás de Isluga (jerarquía Internacional, Colchane): festividad de los sikuris, considerada la expresión de las raíces musicales más antiguas de la cultura Aymara. Fuente: SERNATUR 2020.
- Carnaval Andino de Iquique (jerarquía Nacional): muestras de bailes del altiplano de la Región de Tarapacá. Fuente: SERNATUR 2020.
- Tambo Andino (jerarquía Nacional, Iquique): principal evento intercultural de la región; comunidades andinas presentan atractivos turísticos, naturales, gastronómicos y artesanales. Fuente: SERNATUR 2020.
- Festival Verano Iquique (jerarquía Internacional): festival musical anual en febrero desde 2008. Fuente: SERNATUR 2020.
- Fiesta de San Andrés de Pica (jerarquía Nacional, noviembre): homenaje al patrono de Pica. Fuente: SERNATUR 2020.

- Feria Expo Colchane (jerarquía Internacional): muestra de artesanía, gastronomía, agricultura y cultura de las comunidades de la comuna de Colchane. Fuente: SERNATUR 2020.
- Fiesta de San Lorenzo de Tarapacá (agosto): patrono del pueblo de Tarapacá (Zona Típica). Iglesia de San Lorenzo declarada MH (D.S. 5058/1951) y Zona Típica. Fuente: SERNATUR 2020 / Plan MOP.

Nota metodológica: el inventario completo del Inventario SERNATUR R01 2020 registra 84 acontecimientos programados en la región, de los cuales 15 tienen jerarquía internacional o nacional. La selección precedente prioriza los de mayor jerarquía y relevancia turística para el CBC.

La PRT 2024–2034 identifica **las Rutas de Iglesias y Festividades Religiosas** como un producto turístico con potencial de estructuración formal a nivel regional, incluyendo una iniciativa de inversión específica.

2.3 La Provincia del Tamarugal: el interior emergente

La Provincia del Tamarugal —integrada por las comunas de Pozo Almonte, Pica, Huara, Colchane y Camiña— representa el corazón del patrimonio interior de Tarapacá y constituye la gran oportunidad de desarrollo turístico diferenciado de la región, tal como se adelantó en este documento y de acuerdo al listado de atractivos presentado en el punto anterior. Es la dimensión menos conocida del destino a nivel nacional e internacional, pero cuenta con potencial en el contexto del CBC por su patrimonio cultural, natural y las iniciativas actuales vinculadas a esquemas de desarrollo turístico participativo como la Mesa de Turismo Indígena.

En ese marco, "**Descubre Tamarugal**" es una iniciativa liderada por el ministerio de Economía a través de CORFO, y que cuenta con la participación de la Gobernación del Tamarugal, Sernatur, Sercotec, Conaf, Conadi, MOP, miembros del Área de Desarrollo Indígena (ADI), municipios rurales, y empresarios turísticos de la región de Tarapacá (https://www.goretarapaca.gov.cl, consultada en junio 2026).

El programa inició en 2016 con el objetivo principal de desarrollar acciones que permitan el cumplimiento de la Hoja de Ruta, enfocándose en la gobernanza, sofisticación y comercialización de experiencias para avanzar en el posicionamiento de los destinos. El presupuesto aprobado del programa ($1.268.623.400) busca fortalecer la competitividad turística de los destinos del Tamarugal mediante la consolidación de productos y experiencias que consideren la sustentabilidad y el patrimonio cultural (I) y posicionar la oferta turística a través de la digitalización de las empresas y la presencia omnicanal (II). El programa tiene consideradas las cinco comunas que integran la Provincia.

La Etapa III, iniciada en 2025, se centra en la comercialización, la internacionalización, la innovación y la consolidación del modelo de turismo sostenible con identidad territorial. A

modo de ejemplo, se destaca que el programa abrió en junio 2026 la convocatoria a empresas y emprendedores de la región que busquen mejorar su potencial productivo y fortalecer su gestión co-financiando proyectos de inversión.

El programa ha generado numerosos logros, entre ellos el desarrollo de una plataforma digital (www.descubretamarugal.com) y una aplicación móvil que concentra la oferta de experiencias, servicios, rutas y anfitriones del Tamarugal. Asimismo, en 2025 se concretó la iniciativa de instituir la **Corporación de Desarrollo Turístico del Tamarugal**, (CORDETUR), una corporación de derecho privado, sin fines de lucro, instituida con 15 socios fundadores y abierta a integrar a personas físicas y/o jurídicas vinculadas a la actividad turística en la región de Tarapacá. La CORDETUR tiene sede en Pozo Almonte. Entre otros logros se cuentan el desarrollo de la Estrategia Regional de Turismo Indígena y del Código Ético de Turismo Indígena, y el programa Conectando Sueños, orientado a impulsar la competitividad de negocios turísticos a través de la tecnología en comunidades aymaras de la región, entre otras.

Rutas turísticas estructuradas por el programa

Este programa desarrolló rutas turísticas con guías y operadores locales en cada una de sus comunas. La **Ruta Oasis y Cultura** es el producto integrador regional que vincula los principales nodos:

Tabla 50. Rutas estructuradas por el Programa Descubre Tamarugal

COMUNA	RUTAS / EXPERIENCIAS ESTRUCTURADAS	ATRACTIVOS DESTACADOS
Pica	Ruta Familiar (3 días / 2 noches); Ruta Extrema (3 días / 2 noches)	La Cocha, El Salto (cascada en quebrada), escalada en roca, cabalgata, falla geológica, Salar del Huasco, sitio arqueológico Tambillo, oasis y frutales.
Colchane	Ruta Colchane-Cariquima (2 días / 1 noche) - Cooperativa Aymar Markasaru; Academia de Montaña y Ascensión al Volcán Isluga (evento anual)	Altiplano, P.N. Volcán Isluga, termas de Ancuaque, bosque de cactus, Villa Blanca, Lagunas Templanza, comunidad aymara Cariquima
Camiña	Full Day en Camina	Quebrada de Camiña, pueblo ancestral, terrazas de cultivo agrícola de altura, iglesia colonial, paisajes precordilleranos
Huara	En desarrollo	Geoglifos de Tiliviche, salitreras, Quebrada de Tarapacá, rutas arqueológicas
Pozo Almonte	Ruta Oasis y Cultura (producto integrador regional)	Humberstone y Santa Laura (UNESCO), La Tirana, Geoglifos de Pintados, Pampa del Tamarugal

Fuente: Programa Descubre Tamarugal, www.descubretamarugal.com, consultada en junio 2026.

Hitos estratégicos y proyección binacional del programa

Las noticias y actividades de Descubre Tamarugal revelan una agenda activa de proyección internacional con conexiones directas al CBC:

- Misión Turística en Salar de Uyuni, Bolivia (enero 2025): Descubre Tamarugal integró una delegación regional que viajó al Salar de Uyuni con el objetivo explícito de **gestionar la apertura del paso fronterizo Hito 41** (Ruta A-97-B, entre Pica y Bolivia). Este paso habilitaría un circuito binacional directo **Pica-Salares bolivianos** sin necesidad de pasar por Colchane, el actual paso habilitado.

- Tarapacá Day en Mato Grosso do Sul, Brasil (2024): el programa participó en una misión comercial internacional en Campo Grande, uno de los nodos del CBC en Brasil, buscando posicionar el destino Tamarugal ante operadores del corredor.

- Cumbre Tamarugal 3T 2024 - Turismo, Territorio y Tecnología (noviembre 2024): evento que integró turismo, desarrollo territorial y herramientas digitales, promoviendo la autenticidad territorial como ventaja competitiva.

- Turismo Indígena como fortaleza (2024): el programa reconoce la pertinencia territorial indígena del Tamarugal articulada con CONADI como eje de un turismo auténtico y diferenciado.

Estas acciones se complementaron en 2026 con otras iniciativas de promoción internacional impulsadas por actores regionales:

- En marzo de 2026, empresarios de la región participaron de la WTM Latin America en San Pablo-Brasil, encuentro que reúne a operadores del turismo, además de transferencias de conocimientos y experiencias en el sector.

- En marzo de 2026, la Municipalidad de Iquique organizó un famtour de autoridades comunales, aerolíneas, hoteleros y operadores turísticos de Iquique con pares de Santa Cruz de la Sierra con el objetivo de consolidar a la capital de Tarapacá como uno de los destinos más relevantes del centro del Pacífico Sudamericano y, al mismo tiempo, posicionar a Santa Cruz como una puerta de entrada de visitantes y negocios hacia el oriente boliviano.

- En abril 2026, la Corporación Regional de Desarrollo Tarapacá (CRDT), apoyó la participación de empresarios de la Provincia del Tamarugal en el evento Inspira Turismo en Brasil, destacando las oportunidades que ofrece el Corredor Bioceánico de Capricornio para el turismo.

2.4 Turismo indígena en Tarapacá

El turismo indígena ocupa un lugar estratégico dentro del modelo de desarrollo turístico de la Región de Tarapacá. La **Política Regional de Turismo 2024–2034** y el **Programa de la Mesa de Turismo Indígena (MTI Tarapacá)** lo conciben no sólo como un producto turístico específico,

sino como una expresión de un modelo de desarrollo con pertinencia cultural, orientado a fortalecer la gobernanza comunitaria, la conservación del patrimonio y la generación de oportunidades económicas para las comunidades indígenas del territorio.

Esta estrategia reconoce la diversidad cultural de la región, particularmente la presencia de los pueblos **Aymara y Quechua**, junto con otras comunidades originarias, e impulsa el desarrollo de experiencias asociadas al patrimonio cultural vivo, el ecoturismo, la gastronomía tradicional, la espiritualidad andina, el **Qhapaq Ñan**, el Parque Nacional Volcán Isluga y los paisajes naturales y culturales del altiplano. El turismo indígena se incorpora además como uno de los ejes para diversificar la oferta regional y fortalecer modelos de gestión turística sustentables liderados por las propias comunidades.

El proceso que culminó con la formulación de la primera Estrategia Regional de Turismo Indígena identificó a las comunas de **Colchane, Camiña, Huara** y Pozo Almonte como los principales territorios para este desarrollo, destacando el potencial turístico de oasis, quebradas, salares, bofedales, áreas protegidas y comunidades indígenas. Asimismo, permitió constatar que existe una creciente demanda por experiencias auténticas, con una valoración positiva de la cultura local y una disposición favorable al pago por este tipo de productos. Sin embargo, también se identificaron importantes desafíos relacionados con la asociatividad entre emprendimientos, la articulación con operadores turísticos, la profesionalización comercial, la comercialización digital, la infraestructura habilitante y la conectividad territorial.

Las reuniones reflejaron una visión ampliamente coincidente con estos diagnósticos: diversos actores destacaron que el principal diferencial turístico de Tarapacá no radica solo en sus paisajes desérticos o su patrimonio arqueológico, sino en el patrimonio cultural vivo de las comunidades andinas —conocimientos tradicionales, festividades, gastronomía, sistemas agrícolas y formas de organización—, y coincidieron en que el potencial del interior debe construirse sobre la valorización de estas identidades, promoviendo experiencias auténticas que diversifiquen la oferta y distribuyan de manera más equilibrada los beneficios hacia el Tamarugal y el altiplano. En ese marco, valoraron el programa Descubre Tamarugal como herramienta para fortalecer emprendimientos, promover rutas patrimoniales y visibilizar experiencias comunitarias, y subrayan la necesidad de mejorar su comercialización y de avanzar hacia una mayor articulación entre comunidades, operadores e instituciones públicas en materia de promoción, capacitación, calidad y comercialización.

2.5 Planta de servicios turísticos

La planta de servicios turísticos vinculados al alojamiento de Tarapacá está concentrada mayoritariamente en Iquique, con núcleos secundarios en Pica y menor presencia en el interior.

En ese marco, los datos de la plataforma turística www.**visitatarapaca.cl** evidencian una fuerte concentración de la oferta turística de Tarapacá en el eje urbano-costero liderado por Iquique, que reúne la mayor cantidad de alojamientos, operadores turísticos, gastronomía y vida nocturna, consolidándose como principal nodo receptor y articulador regional. En contraste, destinos interiores como Pica y Pozo Almonte presentan un desarrollo intermedio asociado al turismo de oasis, termalismo y patrimonio salitrero, mientras que Colchane, Huara y Camiña mantienen una oferta limitada y de carácter emergente, pese a concentrar importantes atractivos naturales y culturales.

Según datos de SERNATUR, en 2022 la Región de Tarapacá contaba con 3.572 empresas vinculadas al sector turístico. Para el 2024, el número total de empresas vinculadas al sector turístico mostró una recuperación alcanzando **3.985** (+3,1% vs 2023) (SERNATUR, Anuario de Turismo 2024), lo cual evidencia un dinamismo positivo en la región.

De acuerdo con el **Dashboard de SERNATUR (año 2022)**, entre las empresas vinculadas al sector turístico, hay una clara concentración en la **provisión de alimentos y bebidas**, que representa el **40,8 %** del total de establecimientos, seguida por las actividades vinculadas a **segundos hogares y multipropiedades** (**20,3 %**), el **transporte terrestre de pasajeros** (**15,1 %**) y el **alojamiento turístico** (**10,3 %**). En conjunto, estos cuatro rubros concentran cerca del **86,5 %** de las actividades características del turismo en la región. El resto de la cadena de valor corresponde a actividades deportivas y recreativas (**3,6 %**), alquiler de equipos de transporte (**3,5 %**), actividades culturales y comercio de bienes característicos del turismo (**2,6 %** cada una), agencias de viajes y servicios de reservas (**1,1 %**), mientras que el transporte aéreo y acuático de pasajeros tienen una participación marginal (**0,1 %** cada uno). Estos antecedentes reflejan una estructura turística fuertemente orientada a los servicios gastronómicos, la movilidad terrestre y el alojamiento, con una menor participación relativa de los servicios de intermediación y de las actividades culturales y recreativas. *(SERNATUR, Dashboard, año 2022; consulta realizada el 1 de junio de 2026).*

2.6 Gastronomía

Como se observó, la gastronomía constituye uno de los principales componentes de la cadena de valor turística de Tarapacá. Así lo destacaron los actores en las reuniones, que la señalaron como elemento diferenciador de la experiencia y oportunidad para fortalecer la identidad territorial, vinculando además con la coctelería y la oferta de entretenimiento como fortaleza de la Ciudad de Iquique. Se mencionó la necesidad de poner en valor la cocina tradicional del Tamarugal y del altiplano, los productos agrícolas del oasis de Pica y las preparaciones ligadas a las tradiciones aymara y quechua, integrándose a rutas gastronómicas y experiencias culturales que complementen la oferta patrimonial y de naturaleza. Ello coincide con la Política Regional de Turismo 2024-2034, que incorpora la gastronomía y el patrimonio alimentario entre sus estrategias de diversificación e identidad regional.

2.7 Desafíos del destino

El análisis de las reuniones mantenidas con actores públicos, privados y comunitarios, complementado con la revisión de la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024-2034 y del Programa Descubre Tamarugal, evidencia una alta convergencia respecto de los principales desafíos que enfrenta el desarrollo turístico regional. Si bien cada fuente enfatiza aspectos particulares, existe un amplio consenso en torno a la necesidad de fortalecer la gobernanza, mejorar la infraestructura habilitante, incrementar la competitividad de la oferta turística, consolidar el posicionamiento del destino y fortalecer los sistemas de información para la toma de decisiones.

Los participantes coincidieron en que el fortalecimiento de la infraestructura es una condición indispensable para la competitividad del destino, priorizando el mejoramiento de caminos de acceso a los atractivos, la ampliación de la señalética, la conservación y puesta en valor de sitios patrimoniales, la gestión de residuos y el fortalecimiento de los servicios básicos en localidades rurales, así como el desarrollo de infraestructura específica para el turismo náutico y de cruceros —la ciudad aún no dispone de un muelle o embarcadero turístico que concentre estas actividades—. En relación con el Corredor Bioceánico, se destacó además la importancia de mejorar la infraestructura y operación de los pasos fronterizos, la conectividad terrestre y la cobertura digital en los principales corredores turísticos, aspectos considerados fundamentales para la integración regional.

En materia de desarrollo de productos y puesta en valor del patrimonio, las reuniones evidenciaron que, dada la amplia diversidad de recursos de Tarapacá, el principal desafío no radica en incorporar nuevos atractivos sino en fortalecer su puesta en valor, accesibilidad, integración y comercialización, en coincidencia con la Política Regional de Turismo, que propone productos de mayor valor agregado basados en la identidad territorial, el patrimonio cultural y la sostenibilidad.

La PRT 2024–2034, a través de un proceso de Evaluación Multicriterio participativa con más de 100 actores clave del territorio, estableció la siguiente jerarquización de problemáticas según su impacto, transversalidad territorial y relación directa con el turismo:

Tabla 51. Jerarquización de Problemáticas según la PRT 2024 - 2034

N°	PROBLEMÁTICA	PUNTAJE	NIVEL
1°	Débil Articulación y Coordinación Interinstitucional	2,677	Alto
2°	Débil Promoción Turística Nacional e Internacional	2,673	Alto
3°	Bajo Nivel de Formación, Profesionalización y Especialización del Capital Humano	2,667	Alto
4°	Déficit de Infraestructura Crítica y Habilitante	2,656	Alto
5°	Precario Desarrollo de Oferta Turística Regional	2,645	Medio
6°	Escasez de Datos y Sistemas de Monitoreo Turístico	2,638	Medio
7°	Gestión Turística Regional Dispersa	2,605	Medio
8°	Costo de Oportunidad del Sector Minero sobre el Turismo	2,586	Medio

Fuente: CYTIES Investigación & Desarrollo / GORE Tarapacá, 2026.

Estas problemáticas se agrupan en diez áreas de interés, que la PRT 2024–2034 tradujo en sus ejes estratégicos (Figura 2).

Figura 2. Principales problemáticas regionales del sector turismo según la PRT 2024–2034



Fuente: Política Turística Regional Tarapacá 2024/2026.

Eje 3 — Infraestructura y conectividad

3.1 Conectividad aérea

El Aeropuerto Internacional Diego Aracena (IQQ), ubicado a aproximadamente 42 km al sur de la ciudad de Iquique, es la principal terminal aérea de la región. Con 845.558 **pasajeros** en 2024 y una proyección de crecimiento del 3,5%, se ubica en la 7ª posición nacional en tráfico de pasajeros. Su pista de aterrizaje de 3.350 m lo convierte en el segundo aeropuerto en extensión del país, con capacidad para operar aeronaves de largo alcance.

En el contexto del CBC, el aeropuerto de Iquique juega un rol complementario a los aeropuertos de Antofagasta y de Calama (El Loa). El Aeropuerto Internacional Diego Aracena se consolida tras su ampliación, inaugurada en marzo de 2025; según datos del Gobierno de Chile, durante 2024 se registraron 845.558 pasajeros embarcados en el aeropuerto de Iquique.

Operan 3 líneas aéreas conectando a Iquique con las principales ciudades chilenas (Sky, Latam, Jetsmart) y BOA conectando a Iquique con Bolivia.

Tabla 52. Conectividad aérea

INDICADOR	DATO
N° de operaciones	13.267 (año 2025)
Posición ranking nacional	7° aeropuerto de Chile; 845.558 pasajeros embarcados en 2024 (Gobierno de Chile).
Conexiones nacionales	Santiago de Chile (SCL): ruta con mayor frecuencia diaria, operada por LATAM, Sky Airline y JetSMART; Concepción (CCP): vuelos directos operados por JetSMART (sujeto a cambios recientes en rutas interregionales de la aerolínea); La Serena (LSC): frecuencias de Sky Airline y JetSMART
Conexiones internacionales a mayo 2026	Bolivia: Santa Cruz de la Sierra, 2 frecuencias semanales (BOA); La Paz (LPB), ruta internacional operada por Boliviana de Aviación (BoA) Argentina: Salta, vuelos chárter en temporada de verano (Tastil Viajes/Abaco Turismo). Próxima ruta (agosto 2026): Asunción (Paraguay) - Salta (Argentina)- Iquique (Chile) operada por Paranair (2 frecuencias semanales).
Concesionario aeropuerto	Sociedad Concesionaria Aeropuerto Diego Aracena S.A.

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos del Gobierno de Chile y de las aerolíneas (mayo de 2026).

La PRT 2024–2034 identifica la falta de consolidación de rutas aéreas en la macrozona norte e internacionales como una brecha específica de la competitividad del destino Iquique, limitando su proyección en el contexto del Corredor Bioceánico.

3.2 Conectividad terrestre

3.2.1 Red vial y secciones del CBC en Tarapacá

El Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026) identifica en Tarapacá los siguientes tramos viales de relevancia para el corredor:

Tabla 53. Red vial y secciones del CBC en Tarapacá

TRAMO / RUTA	ESTADO VIAL	BRECHAS IDENTIFICADAS (PM-CBC, 2026)
Ruta 5 / A-1: Iquique – límite sur (Antofagasta)	Asfaltada, calzada sencilla, estado regular-bueno	Proyecto de concesión privada (PMCBC-CV-001, USD 607,4M) para doble calzada; en fase previa a licitación 2026
Ruta A-16: Iquique – Ruta 5 (Pozo Almonte)	Concesionada con doble calzada y alta velocidad	Acceso al interior desde Iquique; congestión en acceso a ciudad por vehículos pesados
Ruta 15-CH: Pozo Almonte – Colchane – Bolivia	Asfaltada, calzada sencilla. Tramos interiores en buen estado	50 km sin cobertura móvil. Complejo fronterizo en Colchane con capacidad limitada para flujos turísticos crecientes
Ruta A-665 (interior de Tarapacá)	Parcialmente asfaltada; tramos en ripio	70% sin servicios de comunicaciones; acceso a comunidades rurales y atractivos altiplánicos deficiente
Ruta A-45: Ruta 5 – Parque Nacional Volcán Isluga (por Camiña)	Estado deficiente en tramos interiores	Mejora prevista: Ruta A-45 Ruta Escénica (Plan MOP). Clave para acceso al PNV Isluga y la Quebrada de Camiña
Acceso norte al Puerto de Iquique	Sin vialidad específica; restricción horaria para camiones	PMCBC-CV-002 (Propuesta GORE Tarapacá, USD 300M): nueva variante para 2.000 camiones/día y eliminación de restricciones horarias

Fuente: Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT Consulting – SPIM, 2026)

La PRT 2024–2034 incluye un Proyecto de Conectividad Vial Turística de Atractivos Prioritarios ($3.5MM, 2028, Dirección Regional de Vialidad) y un Proyecto de Conectividad Digital Integrada para el Turismo ($400MM 2028, SEREMI Transportes) como iniciativas de infraestructura turística estratégica.

3.2.2 Servicios de transporte de pasajeros

A nivel local, la conectividad terrestre de pasajeros en Tarapacá presenta importantes contrastes territoriales. Iquique tiene buena conexión con Santiago y las principales ciudades chilenas por líneas de buses regulares, pero la conectividad hacia el interior —Pica, Mamiña, Colchane— es limitada y fragmentada. El terminal de buses de Iquique presenta serias deficiencias de capacidad y calidad de servicios, según el diagnóstico del Plan MOP (2017), situación que persiste en 2026.

El servicio disponible se organiza a través de minibuses o sprinters (capacidad 18 pasajeros), sin horario preestablecido, con una frecuencia aproximada de una hora: los vehículos parten hacia las distintas localidades una vez cubierto un mínimo de asientos. El punto de salida se ubica en las cercanías del Mercado Centenario de Iquique.

A nivel internacional, para el CBC no existe actualmente un servicio regular de pasajeros que conecta Iquique directamente con Salta (Argentina) o con Jujuy. De hecho, en la reunión de la Comisión de Turismo y Cultura del CBC el tema se puso en evidencia, estableciendo que las empresas que antes prestaban el servicio (Geminis y Andesmar) han dejado de hacerlo. En la actualidad, las empresas tienen como punto de partida la ciudad de Salta (Argentina) y la finalización del viaje es en la ciudad de Calama (Chile) y viceversa. Calama cuenta con una

nueva terminal de ómnibus y diversas empresas ofrecen el servicio Calama-Iquique (y viceversa) con al menos 6 frecuencias diarias, la duración del viaje es de aproximadamente 6hs.

Por su parte, empresas como JET Nort, Trans Herman y Pullman Jerusalén brindan servicio de transporte entre Oruro (Bolivia) e Iquique (Chile), utilizando el paso fronterizo y migraciones de Colchane-Pisiga. El servicio cuenta con 6 frecuencias diarias y parte de la terminal de ómnibus de Iquique.

Entre las facilidades para la compra de tickets, cabe destacar el funcionamiento de plataformas como www.ticketsbolivia.com.bo y www.kupos.cl, www.plataforma10.com.ar que facilita la disponibilidad de información sobre rutas y horarios. La limitación está dada por la compra en moneda extranjera, lo cual obliga a los turistas o visitantes a realizar la compra directamente en boletería, siendo esto una limitante en la organización de itinerarios de los viajeros y/o usuarios.

3.3 Paso fronterizo de Colchane–Pisiga: diagnóstico

El paso fronterizo de Colchane–Pisiga (Bolivia) es el principal cruce internacional de la Región de Tarapacá y un nodo estratégico del CBC. A diferencia del Paso de Jama o del Paso de Sico (ambos en latitudes más australes), Colchane opera en el contexto del altiplano tarapaqueño a 3.700 msnm aproximadamente.

El paso fronterizo de Colchane-Pisiga es el 5.º paso fronterizo de Chile en movimiento de camiones y ocupa el 4.º puesto en flujo de cargas (Dashboard Aduanas, consultado el 20 de junio 2026).

Tabla 54. Paso fronterizo de Colchane–Pisiga: diagnóstico

DIMENSIÓN	SITUACIÓN ACTUAL
Volumen de tránsito ingreso y de salida por ruta transfronteriza (2025)	23.946 vehículos particulares; 27.531 buses, 100.533 camiones. Carga movilizada 1.493.975.354kg (https://www.aduana.cl/ consultada el 20 de junio 2026). 381.710 llegadas de turistas extranjeros en 2025, de las cuales 376.108 corresponden a ciudadanos bolivianos. Flujos intensos de comercio ZOFRI–Bolivia, sin datos estadísticos específicos.
Estado de la vía	Lado chileno: Ruta 15-CH asfaltada hasta Colchane en buen estado. Lado boliviano: accesos con deficiencias en tramos de ripio
Infraestructura fronteriza	Complejo fronterizo existente con capacidad limitada para absorber el crecimiento de flujos; instalaciones básicas. Sin zona de control integrado binacional
Telecomunicaciones	Brechas de cobertura en tramos de la Ruta 15-CH e interior de Tarapacá; 50 km sin cobertura móvil
Horario operativo	Habilitado en horario continuado las 24 horas, para todo tipo de vehículos (Unidad de Pasos Fronterizos de Chile)
Relevancia turística	Acceso al altiplano boliviano; potencial 'Circuito de Salares' binacional Chile–Bolivia; Salar de Uyuni como destino complementario
Proyectos PM-CBC relacionados en la región	PMCBC-RS-101: Red de fibra óptica Región de Tarapacá (USD 3,5M); PMCBC-NL-071: Terminal Logística de Iquique (USD 16M, ZOFRI); PMCBC-NL-073: Parque Industrial Pozo Almonte (46 ha)

Fuente: elaboración propia sobre la base del Servicio Nacional de Aduanas (2026), la Unidad de Pasos Fronterizos y el Estudio de Infraestructura del PM-CBC (2026).

La PRT 2024–2034 señala la necesidad de mayor dotación de servicios de frontera en Colchane, fortaleciendo la presencia de organismos públicos vinculados al control fronterizo, entre ellos la Policía de Investigaciones, para mejorar la gestión migratoria, los controles de ingreso y egreso, como parte de los requerimientos de gobernanza turística regional.

3.4 Puerto de Iquique y conectividad marítima

El Puerto de Iquique es uno de los tres puertos principales del norte de Chile, junto con Antofagasta y Mejillones. Opera bajo administración de la Empresa Portuaria Iquique y moviliza principalmente carga general, contenedores y graneles, con fuerte vinculación a la ZOFRI. Es uno de los puertos sudamericanos del Pacífico más relevantes para el comercio con el Asia-Pacífico, y es clave para el comercio boliviano, peruano y del corredor.

El puerto cuenta con 20 ha de aguas abrigadas, delimitadas por la ex isla Serrano, que sirve de base de un modo de conexión a tierra firme y otro molo de abrigo de 846m. Así mismo cuenta con 3 terminales: Terminal Espigón (frente de atraque N°2), Terminal Molo (multioperador, con 12 agencias navieras) y Terminal Cruceros.

La terminal Cruceros está habilitada para operar 24/7 para embarque y desembarque de pasajeros que arriban o parten desde Iquique. Entre los datos técnicos, cabe mencionar que esta terminal cuenta con un área total de 10.200m2 (edificio + área de estacionamiento). En la

temporada 2024-2025 esta movilizó 3.803 pasajeros y 2.942 tripulantes, y recepcionó 14 naves (Empresa Portuaria Iquique, https://epi.cl consultada el 20 de junio 2026)

Por otro lado, el movimiento de carga marítima (exportación e importación) en el puerto de Iquique fue en 2025 de 559.974 toneladas, siendo las harinas de pescado, nitratos y abonos los productos más exportados.

- Expansión del Puerto de Iquique (PMCBC-TP-063): proyecto identificado en el PM-CBC para ampliar la capacidad operativa del puerto con la ampliación de 750 mts de muelle.
- Terminal Portuario Sur de Iquique (PMCBC-TP-064, Etapa perfil - Etapa de pre inversión en propuesta): nueva instalación propuesta para expandir la oferta portuaria hacia el sur de la ciudad debido a las dificultades para viabilizar un acceso norte al área metropolitana de Iquique.
- Cruceros: 14 naves, 3.803 pasajeros y 2.942 tripulantes en la temporada 2024-2025 (Empresa Portuaria Iquique). Alto potencial subaprovechado en comparación con otros puertos del norte.

Sobre el uso turístico del sector del puerto

El puerto de Iquique no está habilitado para la visitación turística, sin embargo este sector se integra a un Paseo Costero, uno de los atractivos sobresalientes de la ciudad. En este sector se encuentra el Museo Corbeta Esmeralda, réplica a escala real de la corbeta de la Armada de Chile que participó en el Combate Naval de Iquique del 21 de mayo de 1879. Es posible visitar el museo de martes a domingo, los recorridos son guiados o autoguiados y con una duración de 45 minutos.

Entre otras oportunidades del sector se cuentan la visita a la zona portuaria (Caleta de pescadores Riquelme y Muelle Prat) y la navegación por el sector de los barcos pesqueros, Islotes de lobos marinos, boya esmeralda y Espigón Puerto de Iquique, sector desembarco mercaderías de Zofri. Las agencias de turismo locales ofrecen una excursión de medio día (City Tour Iquique) que incluye todos estos atractivos combinados con un recorrido Ciudad de Iquique, sector histórico.

Turismo de cruceros

El turismo de cruceros surgió en las reuniones como uno de los segmentos con mayor potencial para diversificar la demanda regional; aunque su impacto económico actual es acotado, los participantes vieron amplio margen para fortalecerlo mediante una mejor articulación entre el puerto, los operadores y los destinos. Según la Empresa Portuaria Iquique, en la temporada 2024-2025 el puerto recibió 14 naves y 3.803 pasajeros —frente a 11 recaladas y 5.001 pasajeros en Arica y 4 recaladas y 1.376 en Antofagasta, según el Anuario de Turismo 2024—, volúmenes aún reducidos pero que evidencian un posicionamiento

favorable dentro de los itinerarios del Pacífico. El sector privado señaló que las recaladas se concentran entre octubre y marzo y que las excursiones, organizadas mayormente por las propias compañías, privilegian los circuitos tradicionales a Humberstone y Santa Laura, lo que limita la incorporación de otros atractivos y la participación de prestadores locales en la cadena de valor.

Los participantes plantearon diversificar la oferta de excursiones incorporando el borde costero, el patrimonio arqueológico y cultural, el turismo indígena, la gastronomía, el turismo náutico y otros recursos del interior, lo que permitiría incrementar el gasto, distribuir mejor los beneficios e integrar Iquique con otros destinos de Tarapacá —visión coincidente con la relevada en Antofagasta, donde el crecimiento del segmento se asocia a mayor coordinación público-privada, productos específicos para cruceristas y promoción de los puertos del norte en los itinerarios internacionales—. En este marco, la aprobación de la Ley N.º 21.774, que moderniza el régimen de cabotaje marítimo, constituye un avance al permitir, bajo ciertas condiciones, que naves de pasajeros extranjeras realicen cabotaje entre puertos nacionales, ampliando las posibilidades de itinerarios que integren los puertos del norte chileno.

No obstante, los participantes identificaron factores que limitan el crecimiento del segmento: las condiciones de oleaje y marejadas que a veces impiden el desembarco; la prioridad operativa del Puerto de Iquique al movimiento de carga comercial y minera, que restringe los sitios de atraque; y una oferta de excursiones aún limitada y poco especializada. Si bien la actividad de cruceros en Chile se concentra en la zona centro y austral (Punta Arenas, Puerto Montt, Puerto Williams, Valparaíso, Castro, Puerto Chacabuco, San Antonio y Coquimbo), el creciente interés por los cruceros de expedición y por experiencias de naturaleza, patrimonio y cultura abre una oportunidad para consolidar a Iquique en los itinerarios del Pacífico, más aún considerando que los cruceristas son un segmento de ingresos medios y altos, con elevado gasto diario y demanda de experiencias auténticas compatibles con la oferta de Tarapacá.

3.5 Infraestructura digital

El Estudio PM-CBC (2026) identifica brechas relevantes en conectividad digital para la región: la Ruta 15-CH (Iquique–Colchane) tiene 50 km sin cobertura; la Ruta A-665 (interior de Tarapacá) tiene 70% sin servicios. El proyecto PMCBC-RS-101 (Red de fibra óptica Región de Tarapacá, USD 3,5M, a cargo del GORE Tarapacá) contempla la instalación de fibra óptica en los recorridos de las Rutas 15-CH y 5 Norte en estado de pre-ejecución (en estudio).

Eje 4 — Demanda turística y mercados

4.1 Turismo receptivo e interno en Tarapacá

Según el Anuario de Turismo 2024 de SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo, la Región de Tarapacá registró 302.182 llegadas a establecimientos de alojamiento turístico (EAT), ubicándose en el 13.º lugar a nivel nacional, y acumuló 821.034 pernoctaciones. Asimismo,

durante 2025 se registraron 381.710 llegadas de turistas extranjeros por el paso fronterizo Colchane–Pisiga, de las cuales 376.108 corresponden a ciudadanos bolivianos. En materia de turismo interno, la región recibió 1.055.900 viajes, ocupando también la 13.ª posición nacional como destino, mientras que las visitas a Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE) totalizaron 6.888 visitantes, lo que representó una disminución del 2,3% respecto del año anterior.

La actualización contenida en la Política Regional de Turismo (PRT) 2024–2034 evidencia una consolidación de la recuperación turística regional durante 2025. En dicho año, Tarapacá alcanzó **382.734 llegadas de turistas internacionales**, lo que representa un incremento del 34% respecto de 2024 y equivale al 6,4% del total nacional. Este desempeño permitió recuperar parcialmente la participación regional observada antes de la pandemia (7%–8%) y superar los niveles registrados en 2019 (319.501 llegadas), configurando un punto de inflexión en la trayectoria del turismo regional y confirmando una expansión sostenida de la demanda turística internacional.

El principal paso fronterizo de la región —Colchane— registró 381.710 llegadas de turistas extranjeros en 2025, en su gran mayoría ciudadanos bolivianos (376.108) vinculados al comercio ZOFRI. La conurbación Iquique–Alto Hospicio actúa como el nodo de servicios y absorción de esta demanda.

4.2 Perfil del visitante y tendencias

Perfil y origen del turismo nacional

La PRT 2024–2034 sistematiza los viajes turísticos internos hacia Tarapacá entre 2019 y 2024. Los principales mercados internos son: la propia Región de Tarapacá (30% en 2024, 318.285 viajes), Antofagasta (26%, 270.441 viajes), Región Metropolitana (18%, 192.748 viajes) y Arica y Parinacota (11%, 115.279 viajes). El acumulado 2019-2024 asciende a 5.665.275 viajes, con Tarapacá como primer mercado emisor (1.584.822 viajes) seguido de Antofagasta (1.372.192) y la Región Metropolitana (1.018.713). La cercanía geográfica y la conectividad aérea nacional son los factores determinantes.

Perfil del visitante internacional:

La PRT 2024–2034 desarrolla, sobre la base de la plataforma SERNATUR DataTurismo, un análisis de los perfiles del turista internacional con mayor potencial para Tarapacá en el marco del CBC. Se identifican dos mercados prioritarios:

- **Turista brasileño:** perfil de uso digital intensivo (Instagram, TikTok, YouTube), búsqueda de experiencias memorables y fotogénicas, interés en naturaleza combinada con ciudad, segmentación experiencial emergente (wellness, autorrecompensa post-pandemia), preferencia por experiencias premium accesibles. Las rutas potenciales identificadas por la PRT incluyen: (a) Ruta Mar, Dunas y Ciudad

Costera Viva (Iquique–Alto Hospicio, experiencia urbana-costera-recreativa); (b) Ruta Desierto y Patrimonio Mundial (Iquique–Pozo Almonte–Huara, patrimonial-icónica-fotogénica); (c) Ruta Altiplano Sagrado y Cultura Viva (Pozo Almonte–Colchane–Camiña, cultural-ancestral-paisajística); (d) Ruta Bienestar Andino y Oasis del Desierto (Pozo Almonte–Pica–Camiña, relajación-rural-cultural).

- **Turista argentino:** uso digital intensivo, búsqueda de experiencias memorables fotogénicas distintas a Argentina, preferencia por confort accesible sin lujos exclusivos, turismo de compras como actividad principal, tipo de cambio como factor decisivo. Las rutas potenciales identificadas por la PRT incluyen: (a) Ruta Playa, Ciudad Caminable y Compras Convenientes (Iquique–Alto Hospicio); (b) Ruta Postales Únicas del Desierto para Vacaciones Memorables (Iquique–Pozo Almonte–Huara); (c) Ruta Confort Frente al Mar y Experiencias Exclusivas Accesibles (Iquique–Pozo Almonte–Pica); (d) Ruta Termas, Pueblos Andinos y Hospitalidad del Norte (Pozo Almonte–Pica–Camiña).

Desde la perspectiva de los mercados emisores, SERNATUR y la Municipalidad de Iquique identificaron como mercados prioritarios al **noroeste argentino, Bolivia, Paraguay y Brasil**, destacando además la necesidad de concretar la ruta aérea Jujuy–Iquique, que fue anunciada pero que, a la fecha de este diagnóstico, no ha iniciado su operación.

Los participantes también señalaron la presencia de visitantes argentinos que llegan principalmente durante el verano desde **Salta y Jujuy en vehículos particulares**. Sin embargo, indicaron que este segmento suele desplazarse de manera independiente y se incorpora escasamente a las excursiones organizadas, lo que limita su impacto sobre la cadena de valor turística regional. Asimismo, manifestaron que los vínculos comerciales previamente desarrollados entre operadores chilenos y argentinos se han debilitado con el tiempo, reduciendo las posibilidades de comercialización conjunta.

Otro segmento identificado corresponde al turismo deportivo y de intereses especiales. Iquique fue señalado como un destino consolidado para la práctica del **surf**, además de desarrollar eventos de alcance internacional como el **Ironman**, estrategias que buscan reducir la estacionalidad y atraer visitantes durante todo el año. A ello se suman actividades vinculadas con el turismo náutico, el buceo, la pesca deportiva y la observación de aves marinas, consideradas por los actores como productos con importante potencial de crecimiento.

Eje 5 — Comercialización y posicionamiento

5.1 Marca, identidad digital y canales

Las reuniones realizadas en la Región de Tarapacá evidenciaron un amplio consenso respecto de la necesidad de fortalecer el posicionamiento turístico regional. De manera recurrente, los participantes señalaron que la promoción del destino continúa presentando importantes

desafíos de articulación, destacando la conveniencia de consolidar una **Marca Región** que complemente la promoción desarrollada bajo **Marca Chile** y permita proyectar una identidad propia para Tarapacá en los mercados nacionales e internacionales. Asimismo, distintos actores manifestaron la necesidad de fortalecer los sistemas de inteligencia turística, señalando que las estadísticas oficiales no reflejan adecuadamente la magnitud de la oferta existente, particularmente aquella desarrollada por pequeños emprendimientos y prestadores informales.

Los participantes reconocieron el esfuerzo de las instituciones públicas por promover el destino —en especial SERNATUR Tarapacá y la Municipalidad de Iquique, mediante campañas y presencia en ferias y eventos—, aunque advirtieron que la coexistencia de iniciativas regionales y comunales fragmenta el mensaje turístico, con mayor reconocimiento de la ciudad de Iquique que de la marca territorial Tarapacá. En materia de plataformas, la oferta se reúne principalmente en visitatarapaca.cl —portal con alojamientos, gastronomía y experiencias reservables, con buscador por comunas— y tarapacatravel.com —portal oficial administrado por COTTAR (Cámara de Operadores Turísticos de Tarapacá)—; complementariamente, el programa Descubre Tamarugal (CORFO y SERNATUR) dispone de una plataforma orientada a los destinos y emprendimientos del interior, y el gremio de actividades de aventura Tur Aventur (14 empresas) trabaja en una plataforma comercial para el sector.

No obstante, la arquitectura de promoción presenta desafíos: comparada con destinos consolidados del corredor como Salta y Jujuy, la presencia digital de Tarapacá muestra menor integración entre marca, contenidos y canales, y la coexistencia de iniciativas regionales sin una marca común con el fuerte posicionamiento de Iquique dificulta una identidad turística unificada; persisten además brechas de información comercial, sin indicadores públicos sobre reservas generadas por las plataformas oficiales ni sobre el desempeño de las acciones promocionales internacionales. Estas observaciones coinciden con la Política Regional de Turismo 2024-2034, que identifica la promoción nacional e internacional como la segunda problemática más crítica del sector —solo superada por las dificultades de articulación institucional— y establece como iniciativa prioritaria el desarrollo de una Marca Tarapacá que integre la identidad andina, costera y multicultural de la región.

Entre otras iniciativas de promoción identificadas en la cartera de inversiones PRT 2024–2034 destacan: (i) Programa Reposicionamiento de Iquique como Destino Internacional de Surf y Bodyboard — Surf City Iquique (sin monto asignado), (ii) Programa de Promoción y Posicionamiento Turístico de Aventura y Deportivo de Alto Hospicio — Parapente y Automovilístico (sin monto asignado), (iii) Programa de Promoción de Rutas Turísticas Vivenciales ($600.000.000, 2028, SERNATUR); y el (iv) Programa Integral de Promoción Turística de Tarapacá para el Mercado Brasileño ($900.000.000, 2028, CORFO Tarapacá).

La PRT establece al mercado brasileño como principal objetivo de internacionalización, dado su potencial dentro del CBC.

En línea con este objetivo, en 2026 el Gobierno Regional de Tarapacá aprobó una importante iniciativa que busca posicionar a la región como un destino turístico de primera categoría a nivel nacional e internacional. Con una inversión cercana a $3.9MM, el proyecto apunta a difundir y fortalecer la actividad turística de la Región de Tarapacá y se ejecutará durante veinticuatro meses. Impulsará dos grandes ejes de acción, ejecutados por SERNATUR:

- Promoción Internacional y Nacional: Financiamiento enfocado en campañas masivas de difusión digital, misiones comerciales fuera del país y la atracción de eventos deportivos o corporativos para romper la estacionalidad en la región.
- Fomento al Turismo Interno y Social: Subsidios destinados a beneficiar a más de 2.600 personas de la propia región a través de los programas oficiales Gira de Estudio, Turismo Familiar y Conoce tu Región, ayudando a dinamizar las comunas del interior.

Tabla 55. Marca, identidad digital y canales

DIMENSIÓN	SITUACIÓN ACTUAL
Marca y posicionamiento regional	No existe una marca regional; Iquique cuenta con marca turística propia.
Portales de turismo	visitatarapaca.cl — portal con oferta, alojamientos, gastronomía, experiencias reservables y buscador por comunas https://www.tarapacatravel.com/ es el portal oficial de turismo de la Región de Tarapacá, administrado por COTTAR (Cámara de Operadores Turísticos de Tarapacá), institución que agrupa a operadores calificados y promueve un turismo responsable, seguro y de calidad.
Portal interior / Tamarugal	descubretamarugal.com — plataforma del Programa Descubre Tamarugal (CORFO/SERNATUR) + app móvil
Redes sociales institucionales	@sernaturtarapaca (Instagram). @iquiqueimperdible (Instagram municipal). Presencia institucional regional fragmentada. Sin canal YouTube ni TikTok activo a nivel regional identificado.
SERNATUR nacional — YouTube	Canal oficial de SERNATUR Nacional; pública campañas de todas las regiones, incluyendo Tarapacá.

Fuente: elaboración propia sobre la base de los portales y redes sociales institucionales consultados.

5.2 Productos turísticos y experiencias estructuradas

La oferta de excursiones de la Región de Tarapacá[30] se comercializa a través de plataformas como las mencionadas anteriormente, las OTAs como TripAdvisor/Viator, operadores privados con venta directa, y también a través del catálogo de operadores mayoristas de Chile. Muchas agencias de viajes cuentan con sus oficinas de venta sobre el Paseo Baquedano, ofertando allí también, especialmente, los tours y salidas regulares.

[30] Relevamiento de oferta comercial de excursiones realizado el 10 de julio de 2026 sobre las siguientes fuentes: plataforma pública Visita Tarapacá (visitatarapaca.cl); agregador internacional TripAdvisor/Viator (tripadvisor.com.ar); y operadores privados con venta directa Desierto Verde Expediciones (desiertoverdexpediciones.cl), Tarapacá Travel y Turismo Sol de Tarapacá (turismosoldetarapaca.cl). Los precios y disponibilidad corresponden al momento de la consulta y pueden variar.

Predominan las excursiones de día completo con salida y retorno desde Iquique, organizadas mayoritariamente bajo dos formatos: **tours regulares** (salida compartida, grupal, con fecha y cupo mínimo fijo) y **tours privados** (vehículo exclusivo, itinerario y horario a medida). La oferta de más de dos días, con pernocte fuera de Iquique, es comparativamente escasa y se concentra casi en exclusiva en operadores privados de mayor escala operativa.

Temáticamente, coexisten cuatro grandes familias de producto:

(i) circuitos histórico-patrimoniales vinculados al patrimonio salitrero UNESCO y a la ruta de oasis (Humberstone, Santa Laura, Pica, La Tirana), que constituyen el producto ancla transversal a todas las plataformas relevadas;

(ii) circuitos de naturaleza y altiplano (parques nacionales, salares, geoglifos, termas), de mayor duración y precio (Altiplano/Volcán Isluga, Salar del Huasco, termas de Mamiña y Chusmiza, Huatacondo, Huasquiña);

(iii) actividades de aventura y aire libre de base urbana o periurbana (Iquique y Alto Hospicio);

(iv) y productos de turismo vivencial, ancestral y comunitario, ofrecidos por comunidades y microemprendimientos locales.

Tabla 56. Principales excursiones comercializadas desde Iquique

Excursión / circuito	Destinos y atractivos incluidos	Modalidad	Plataformas / operadores que la comercializan
Salitreras Humberstone y Santa Laura	Oficina Salitrera Humberstone (UNESCO), Santa Laura, museo de sitio	Regular, medio día	Visita Tarapacá, TripAdvisor/Viator, Desierto Verde Expediciones, Tarapacá Travel, Turismo Sol de Tarapacá ($50.000)
Salitreras + Oasis de Pica / Rutas del Desierto (con o sin La Tirana)	Humberstone/Santa Laura + Pica (Cocha Resbaladero, Iglesia San Andrés) + La Tirana	Regular / privado, día completo	TripAdvisor/Viator, Desierto Verde Expediciones, Tarapacá Travel, Turismo Sol de Tarapacá ($75.000)
City Tour Iquique + Boya Esmeralda	Casco histórico, Boulevard Baquedano, Plaza Prat, navegación a Boya Esmeralda	Regular, medio día	TripAdvisor/Viator, Desierto Verde Expediciones, Turismo Sol de Tarapacá
Geoglifos de Pintados + Salar Grande/Gigante de Tarapacá	Parque Geoglifos de Pintados, Reserva Pampa del Tamarugal, Gigante de Tarapacá	Regular / privado, día completo	TripAdvisor/Viator, Desierto Verde Expediciones
Tour Laguna Roja (+ Quebrada de Camiña)	Laguna Roja (3.700 msnm), lagunas Verde y Amarilla, petroglifos de Chillayza	Regular, día completo	TripAdvisor/Viator, Desierto Verde Expediciones, Turismo Sol de Tarapacá ($150.000)
Tour Altiplano y Volcán Isluga	Poblado ceremonial de Isluga, termas de Chusmiza/Enquelga, fauna altiplánica	Regular / privado, día completo	TripAdvisor/Viator, Desierto Verde Expediciones, Turismo Sol de Tarapacá ($110.000)
Termas de Mamiña	Baños termales, baños de barro, pueblo precordillerano	Regular, día completo	Desierto Verde Expediciones, Turismo Sol de Tarapacá ($80.000)
Salar del Huasco	Laguna altiplánica, fauna migratoria (flamencos)	Regular, día completo	TripAdvisor (acceso gratuito al parque nacional), Turismo Sol de Tarapacá ($95.000)

Fuente: elaboración propia sobre la base del relevamiento de plataformas y operadores.

Nota: los precios corresponden a valores de referencia por persona en pesos chilenos (CLP), publicados por los operadores y consultados en [mes] de 2026; se consignan sólo los precios publicados.

En el tercer grupo (actividades de aventura y al aire libre) se identifica un estrato de oferta de nicho, de menor volumen pero relevante por su potencial de diferenciación y mayor gasto por pasajero. En Iquique y Alto Hospicio se concentra la oferta de deportes de aventura y aire libre de proximidad: parapente, sandboard en las dunas del Cerro Dragón, buceo y un producto adicional de aventura 4x4 hacia Pica, todos comercializados como productos independientes de medio día por operadores especializados que se suelen ofertar separados del catálogo de tours patrimoniales/altiplánicos.

Otro grupo de nicho corresponde a productos de identidad territorial y turismo ancestral/comunitario, comercializados por comunidades originarias y/o micro emprendimientos locales. Algunas de estas ofertas son astroturismo en Pica, turismo ecuestre y de rutas ancestrales en Huasquiña (también ofrecido como “Ruta Huasquiña”, con cabalgata y trekking), y turismo comunitario en Mamiña y Camiña. A este segmento se suma

el producto “Huatacondo”, centrado en vestigios prehispánicos de un poblado precordillerano poco representado en las demás plataformas relevadas.

Finalmente, existe un segmento de ecoturismo altiplánico y arqueológico de mayor exigencia logística —varios días, con equipo de oxígeno y vehículos 4x4—, con productos como “La Leyenda de Kuta Wila” (4D/3N) y los circuitos Isluga–Salar de Surire–Lauca (3D/2N). Estos siguen siendo, dentro de todo el relevamiento, los únicos que proyectan una lógica de circuito binacional (hacia Arica y el cruce a Perú), sin que se detecte ningún producto orientado hacia el corredor con Argentina (Salta/Jujuy, Paso de Jama).

Entre las oportunidades identificadas en las reuniones se mencionaron el fortalecimiento del borde costero, el turismo indígena, el patrimonio arqueológico y geoglifos, la gastronomía regional, el turismo de aventura, el astroturismo, el turismo científico, el turismo náutico y las experiencias vinculadas al desierto y al altiplano. Asimismo, se destacó la necesidad de consolidar rutas temáticas y experiencias que integren distintos territorios de la región, favoreciendo una mayor permanencia de los visitantes.

En varias intervenciones también se planteó la conveniencia de generar nuevos productos turísticos asociados al Corredor Bioceánico, integrando la oferta de Tarapacá con destinos del norte argentino mediante circuitos de carácter regional.

5.3 Comunas integradas en los circuitos relevados

La Región de Tarapacá está compuesta por 7 comunas. A partir del relevamiento, las 7 aparecen representadas en algún circuito, pero con una concentración desigual. La oferta comercial está fuertemente concentrada en el eje Iquique–Pozo Almonte–Pica (circuito salitrera-oasis-La Tirana), que aparece en prácticamente todas las plataformas y operadores relevados. Las comunas altiplánicas y fronterizas —Colchane, Camiña y, en menor medida, Huara— tienen presencia real pero acotada a un número reducido de operadores, con productos de mayor precio, mayor duración y menor frecuencia de salida.

Tabla 57. Comunas integradas en los circuitos relevados

Comuna	Destinos/atractivos identificados en la oferta	Tipo de circuito predominante
Iquique	City Tour (Boulevard Baquedano, Plaza Prat, Playa Cavancha/Brava), Boya Esmeralda, sandboard (Cerro Dragón), buceo, base de salida de casi todos los tours	Regular, medio día — nodo articulador de todo el sistema
Alto Hospicio	Parapente (punto de despegue)	Regular / privado, medio día — presencia puntual, un solo producto
Pozo Almonte	Humberstone y Santa Laura, La Tirana, Mamiña, Huatacondo, geoglifos de Pintados	Regular y privado, medio día a día completo — segunda comuna en volumen de oferta
Pica	Oasis de Pica, Cocha Resbaladero, Matilla, Valle de los Dinosaurios, astroturismo (Ka-Kan), Salar del Huasco	Regular y privado, día completo — integrada casi siempre junto a Pozo Almonte (circuito salitrera+oasis)
Huara	Ruta Huasquiña, termas de Chusmiza, Monolito Centenario (Pisagua)	Regular / privado, día completo — presencia moderada, principalmente vía operadores privados
Camiña	Laguna Roja (acceso), Quebrada de Camiña, petroglifos de Chillayza, Paricota Tours (Nama)	Privado, día completo o multi-día — oferta minoritaria y de mayor precio
Colchane	Parque Nacional Volcán Isluga, géiseres de Puchuldiza, Enquelga, Cariquima, Mauque	Privado, día completo o multi-día — oferta casi exclusiva de Desierto Verde Expediciones; menor frecuencia de todo el relevamiento

Fuente: elaboración propia sobre la base del relevamiento de plataformas y operadores.

5.4 Articulación comercial binacional

En materia de cooperación institucional, se destaca el fortalecimiento reciente de los vínculos entre la Región de Tarapacá y la Provincia de Jujuy. Durante 2024 se formalizó un Acuerdo de Hermanamiento orientado a promover acciones conjuntas en los ámbitos turístico, comercial, académico, tecnológico y logístico, mientras que en 2025 se avanzó en una alianza estratégica entre la Zona Franca de Perico y ZOFRI Tarapacá para potenciar la integración económica y la operatividad del Corredor Bioceánico. En el caso de Salta, hay antecedentes de un acuerdo de cooperación turística suscrito en 2019. Los flujos comerciales binacionales con Bolivia son significativos pero concentrados en turismo de compras ZOFRI. El programa Descubre Tamarugal ha dado pasos concretos hacia Bolivia (misión Uyuni 2025, gestión apertura Hito 41 Pica-Bolivia).

Por su parte, la PRT 2024–2034 establece como orientación estratégica la internacionalización con énfasis en Brasil y Argentina en el marco del Corredor Bioceánico y la ZICOSUR, identificando estos mercados como prioritarios. No obstante, la política también señala la baja articulación de campañas entre actores y la ausencia de una estrategia estructurada de posicionamiento internacional como nudos críticos a resolver. El Programa de Promoción de Eventos Turísticos Integrados ($900M 2029, CORFO Tarapacá) contempla la participación en ferias, misiones y eventos internacionales.

Finalmente, las reuniones también pusieron de manifiesto que la articulación comercial binacional continúa siendo incipiente. Si bien se reconocieron experiencias recientes de promoción internacional desarrolladas en Brasil y Bolivia y la existencia de acuerdos de cooperación con el norte argentino, los participantes coincidieron en que aún no se han consolidado productos turísticos binacionales comercializados de manera sistemática. Asimismo, se mencionaron restricciones regulatorias que dificultan la operación transfronteriza de empresas turísticas y la necesidad de avanzar hacia mecanismos de cooperación comercial que permitan aprovechar las oportunidades derivadas del Corredor Bioceánico.

Eje 6 — Formalización, calidad y capital humano

6.1 Empleo, formalización y calidad en el sector turístico

El sector turístico de Tarapacá tiene una de las participaciones relativas más altas del país en el empleo regional: 14.610 personas ocupadas en Actividades Características del Turismo (ACT), representando el **7,6% del empleo regional en 2024**, una de las tasas más altas de Chile (Anuario de Turismo 2024, SERNATUR/INE). Las certificaciones de calidad (Sello Q) se abordan en el apartado 7.2.

La PRT 2024–2034 posiciona el bajo nivel de formación, profesionalización y especialización del capital humano del sector turístico como la tercera problemática más crítica (puesto 3° en evaluación multicriterio), con calificación Alta. La PRT establece como meta estratégica al 2034 “fortalecer el capital humano turístico regional mediante formación, certificación y profesionalización pertinente al territorio” (Eje 3 de la PRT, Capital Humano).

Las brechas específicas identificadas por la PRT incluyen: limitada capacitación y certificación de guías; bajo dominio de idiomas (inglés y portugués); escasa formación en atención al cliente; débil conciencia turística comunitaria; ausencia de carrera de turismo con enfoque territorial en la región; y baja digitalización de operadores pequeños y medianos. A nivel comunal, la PRT detecta guías y operadores sin formalización en Camiña y Colchane, horarios comerciales inconsistentes en varios destinos interiores, y baja transferencia de conocimiento entre academia y sector privado, entre otros aspectos a fortalecer.

Competitividad empresarial y capital humano

Otro desafío ampliamente compartido corresponde al fortalecimiento de las capacidades del sector turístico. Además de las brechas señaladas por la PRT, el trabajo de campo identificó necesidades en comercialización, marketing digital y gestión empresarial.

Asimismo, se reconocen dificultades para acceder a financiamiento, bajos niveles de digitalización de las empresas, limitada comercialización de productos turísticos y escasa incorporación de procesos de innovación y transferencia de conocimiento. Estas condiciones

afectan particularmente a las micro y pequeñas empresas y limitan la consolidación de productos turísticos competitivos.

6.2 Oferta formativa y programas de capacitación

Según los aportes del Catálogo de Carreras 2025, publicado por la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR, la formación de capital humano para el turismo en la Región de Tarapacá se estructura en tres niveles —técnico, profesional y universitario—, con una cobertura institucional concentrada en Iquique y una brecha relevante en el interior regional.

En el **nivel técnico** (Centros de Formación Técnica), operan en la región dos instituciones con oferta verificada. El **CFT INACAP** (sede Iquique) dicta el Técnico de Nivel Superior en Gastronomía en jornada diurna y vespertina, y el Técnico de Nivel Superior en Gestión Turística se imparte desde la sede Calama, en tanto que la sede Iquique no aparece registrada para esta carrera en el Catálogo 2025. El **CFT Santo Tomás** (sede Iquique) ofrece el Técnico de Nivel Superior en Gastronomía Internacional y Tradicional Chilena en jornada diurna, con una duración de cinco semestres y articulación con perfiles de ChileValora. Ambas instituciones forman parte del Catálogo de Carreras de Turismo, Gastronomía y Hotelería 2025 (SERNATUR / Subsecretaría de Turismo / RIEST).

En el **nivel profesional** (Institutos Profesionales), el **IP INACAP** (sede Iquique) cuenta con la carrera de Administrador Gastronómico, de ocho semestres en jornada diurna. No se registra en el catálogo oferta de nivel profesional en gestión turística o hotelería para la región.

La **Universidad Santo Tomás**, que opera también como Instituto Profesional, ofrece el Técnico de Nivel Superior en Gestión Turística en modalidad semipresencial; sin embargo, la sede de Antofagasta es la única registrada para esta carrera, sin presencia confirmada en Iquique.

En el **nivel universitario**, la Región de Tarapacá no cuenta con carreras universitarias de gestión pública o privada vinculadas al sector.

La **Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034** identifica el fortalecimiento de universidades y organismos técnicos de capacitación (OTEC) como una línea estratégica del Eje 3 de Capital Humano, reconociendo explícitamente la necesidad de ampliar y diversificar la oferta formativa regional con enfoque territorial, cultural e intercultural. También propone programas como el Programa de Formación Turística Territorial, el Programa de Certificación de Prestadores Turísticos, el de Transformación Digital Turística Inteligente, el de Conciencia Turística y Hospitalidad y el Diplomado en Gestión de Destinos y Turismo Indígena.

Como elemento complementario al sistema formal de formación, el **Programa Descubre Tamarugal (CORFO / CORDETUR)** ha desarrollado desde 2016 acciones de capacitación y profesionalización dirigidas a guías y prestadores turísticos en las cinco comunas de la Provincia del Tamarugal, con énfasis en comercialización, digitalización y turismo sostenible. El **Programa Market-Ready del MTI Tarapacá** (implementado por Travolution con CONADI y

SERNATUR) opera como sistema de habilitación comercial para comunidades aymaras del altiplano. Ambas iniciativas constituyen ejemplos de otras instancias de formación continua para el interior regional.

Eje 7 — Sostenibilidad

7.1 Marco nacional de desarrollo turístico sustentable

A nivel nacional, la Subsecretaría de Turismo cuenta con el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, que constituye uno de los principales instrumentos de política pública para orientar el desarrollo del turismo en Chile desde esta perspectiva. Su objetivo general es "impulsar el desarrollo sustentable del sector mediante acciones en destinos turísticos priorizados, fortaleciendo su competitividad y reconocimiento como actividad económica estratégica".

El plan adopta una visión de sustentabilidad alineada con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), integrando de manera equilibrada las dimensiones ambiental, social y económica, y se sustenta en cuatro principios transversales: sustentabilidad (integración de variables ambientales, sociales y económicas); focalización territorial (priorizando destinos con identidad local); inclusión y equidad (facilitando el acceso al turismo y al desarrollo de micro y pequeñas empresas); y articulación de actores (coordinación entre instituciones públicas, sector privado y comunidades locales).

El plan estructura sus intervenciones en cinco componentes estratégicos:

(1) Diversificación de experiencias, para desarrollar productos auténticos y diferenciados vinculados al patrimonio natural y cultural —turismo indígena, astronómico, científico, de naturaleza, patrimonio ferroviario, náutico, deportivo y enoturismo, incluido el turismo en áreas protegidas—; (2) Desarrollo de destinos, para reducir brechas de competitividad mediante infraestructura habilitante, fortalecimiento de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT), articulación público-privada y gestión territorial diferenciada según la etapa de desarrollo; (3) Fortalecimiento de la calidad y el capital humano, mediante mejora de competencias, certificación de trabajadores y prestadores y adopción de estándares de calidad, sustentabilidad y seguridad; (4) Incentivo al turismo interno con enfoque inclusivo, ampliando el acceso de grupos vulnerables, adultos mayores y estudiantes y reduciendo la estacionalidad; y (5) Promoción nacional e internacional, mediante marketing, inteligencia de mercado y herramientas digitales para aumentar las llegadas, prolongar la estadía y mejorar el posicionamiento competitivo de Chile.

7.2 Iniciativas y programas de sostenibilidad a nivel nacional

SERNATUR dispone de instrumentos orientados a fortalecer la competitividad de los prestadores turísticos mediante la adopción de estándares de calidad, sustentabilidad y mejora continua.

La Distinción de Turismo Sustentable (Sello S) es una certificación voluntaria, auditada por un tercero independiente y con reconocimiento internacional del Global Sustainable Tourism Council (GSTC), que evalúa el desempeño de las empresas —alojamientos, agencias de viaje y tour operadores registrados en SERNATUR— en las dimensiones ambiental, sociocultural y económica. El Sistema de Calidad Turística (Sello Q) es la principal certificación nacional de calidad para prestadores, auditada por organismos acreditados, y evalúa la atención al cliente, la gestión de procesos y mejora continua, la seguridad de las operaciones, la infraestructura y equipamiento y las competencias del personal, según el tipo de servicio. En Chile, 20 empresas han obtenido el Sello S y 18 ambas certificaciones (Sello S y Sello Q); de estas últimas, tres se ubican en la Región de Tarapacá.

7.3 Iniciativas de sostenibilidad a nivel regional

La PRT 2024–2034 establece la Gestión Turística Sustentable como el Eje 7 estratégico, con meta al 2034 de "consolidar un modelo de gestión turística sustentable que proteja ecosistemas frágiles y el patrimonio cultural, asegurando beneficios locales". Su cartera de inversiones para este eje asciende a $577.000.000 e incluye:

- Estudios de Capacidad de Carga Turística
- Guía de Estándares Ambientales y Patrimoniales para Proyectos Turísticos
- Programa de Co-Gestión Patrimonial Indígena y Gestión Responsable del Patrimonio
- Programa de Gestión Ambiental Territorial
- Programa de Turismo Verde

7.4 Cambio climático

La Estrategia Climática de Largo Plazo de Chile (ECLP) establece la hoja de ruta hacia la carbono neutralidad y la resiliencia frente al cambio climático; en ese marco, la Subsecretaría de Turismo elabora el Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo (2025-2030), que reconoce el papel crucial del sector tanto por su vulnerabilidad ante las variaciones climáticas como por su potencial de contribución a la sostenibilidad. El Plan orienta la acción pública hacia la resiliencia de destinos y empresas, con medidas como el desarrollo de capacidades institucionales, la diversificación de productos turísticos resilientes, la gestión del riesgo climático, los sistemas de información para la toma de decisiones, la infraestructura turística adaptada y el impulso del turismo regenerativo.

Figura 3. Medidas del Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo (PSACCT) 2025–2030



Fuente: Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático del Turismo. Subsecretaría de Turismo, División de Articulación y Planificación Estratégica, Unidad de Territorios y Adaptación al Cambio Climático.

Eje 8 — Marco institucional y gobernanza

8.1 Estructura institucional del turismo en Tarapacá

Chile posee un sistema político-administrativo unitario y descentralizado, organizado en niveles nacional, regional y municipal. En materia turística, la institucionalidad se estructura a partir de una conducción nacional encabezada por la **Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR),** organismos dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Mientras la Subsecretaría define políticas, estrategias y planificación sectorial, SERNATUR ejecuta acciones de promoción, estadísticas, desarrollo de destinos, certificación y fortalecimiento de la oferta turística.

A nivel regional, cada región cuenta con una Dirección Regional de SERNATUR y con Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMI), que articulan la política pública sectorial en el territorio. Paralelamente, los Gobiernos Regionales (GORE), encabezados por gobernadores electos, poseen crecientes atribuciones en planificación territorial, inversión pública y desarrollo económico regional, incluyendo turismo. Finalmente, los municipios cumplen un rol clave en la gestión de destinos, promoción local y articulación con el sector privado. En Tarapacá, la Dirección Regional de SERNATUR Tarapacá constituye el principal organismo técnico especializado en turismo. El organismo desarrolla acciones de promoción, fortalecimiento de destinos, certificación turística y articulación territorial. Su labor se complementa con la SEREMI de Economía, Fomento y Turismo, encargada de vincular el turismo con las políticas de desarrollo productivo regional.

Un actor particularmente relevante es el Gobierno Regional de Tarapacá. El GORE ha adquirido un rol estratégico en el financiamiento y planificación del turismo mediante instrumentos como la Política Regional de Turismo (PRT) 2024–2034 y la cartera de inversiones vinculadas a infraestructura turística, conectividad y puesta en valor patrimonial. Esta creciente participación refleja el avance de procesos de descentralización y la importancia del turismo dentro de las estrategias regionales de diversificación económica.

En Tarapacá, la Municipalidad de Iquique, principal destino turístico regional, lleva adelante acciones de promoción, coordinación de eventos y relación con operadores turísticos. Otros municipios como Pica, Pozo Almonte o Colchane participan especialmente en iniciativas vinculadas al turismo rural, termal y cultural.

La gobernanza turística regional incorpora además **espacios de articulación público-privada**. La **Mesa Regional de Turismo** funciona como instancia de coordinación sectorial entre organismos públicos, empresarios y actores locales, favoreciendo la construcción de agendas compartidas de desarrollo turístico.

Dentro del sector privado destacan organizaciones gremiales como la Cámara de Turismo de Iquique y la Asociación de Empresarios Hoteleros de Iquique, orientadas a representar los intereses del sector alojamiento, gastronomía y servicios turísticos. Asimismo, la Zona Franca de Iquique (ZOFRI) constituye un actor singular dentro de la economía regional, ya que el turismo de compras representa uno de los principales componentes de la oferta turística de Iquique y del norte chileno. En el ámbito gastronómico se destaca la Asociación Gastronómica de Tarapacá (AGATA).

La dimensión patrimonial y cultural del turismo es articulada por la Seremi de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Tarapacá, organismo que participa en la conservación del patrimonio histórico, museos, fiestas religiosas y expresiones culturales regionales. En el ámbito académico, la Universidad Arturo Prat, Iquique, cumple funciones relevantes en investigación, extensión y vinculación territorial en turismo y desarrollo regional, aunque no dicta carreras universitarias vinculadas al sector. Finalmente, destaca la creciente relevancia de organizaciones comunitarias e indígenas, particularmente la Mesa de Turismo Indígena (MTI Tarapacá), vinculada al fortalecimiento del turismo indígena aymara y quechua y a modelos de gobernanza turística comunitaria en el altiplano y precordillera y especialmente de la Provincia del Tamarugal.

Tabla 58. Estructura institucional del turismo en Tarapacá

SECTOR	ORGANISMO / ENTIDAD	ROL
Público nacional	Subsecretaría de Turismo	Rectoría y política sectorial
Público nacional	Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)	Ejecución de la política sectorial: promoción, estadísticas, certificación; apoyo a regiones
Público regional	Dirección Regional SERNATUR Tarapacá	Gestión turística regional; certificación; promoción
Público regional	SEREMI de Economía, Fomento y Turismo	Articulación con política económica regional
Público regional	Gobierno Regional de Tarapacá (GORE)	Planificación territorial; financiamiento PRT 2024–2034; cartera de inversiones turísticas
Público local	Municipalidad de Iquique – Área de Turismo	Gestión turística comunal; relación con operadores
Mixto	Mesa Regional de Turismo	Articulación público-privada; instancia de coordinación sectorial
Privado	Cámara de Turismo de Iquique	Representación gremial del sector privado
Privado	Asociación de Empresarios Hoteleros de Iquique	Representación del sector alojamiento
Privado	ZOFRI (Zona Franca de Iquique)	Turismo de compras; infraestructura logística
Privado	AGATA (Asoc. Gastronómica de Tarapacá)	Gastronomía; identidad culinaria regional
Cultural	Seremi de las Culturas de Tarapacá	Patrimonio cultural; museos; identidad regional
Académico	Universidad Arturo Prat (UNAP, sede Iquique)	Investigación; extensión y vinculación territorial en turismo
Comunitario	MTI Tarapacá (Mesa Turismo Indígena)	Turismo indígena aymara y quechua; gobernanza comunitaria

Fuente: elaboración propia en base a fuentes oficiales

8.2 Marco de planificación y gobernanza

Gobernanza y articulación territorial

La principal brecha identificada corresponde a la necesidad de fortalecer la gobernanza turística regional. Tanto los documentos estratégicos como los actores entrevistados señalaron la importancia de mejorar la coordinación entre SERNATUR, el Gobierno Regional, los municipios, CORFO, el sector privado y las comunidades locales. Asimismo, se destacó la conveniencia de profundizar la articulación binacional con Argentina y Bolivia, favoreciendo la construcción de productos turísticos integrados y una mayor coordinación institucional en el marco del Corredor Bioceánico de Capricornio.

La Región de Tarapacá cuenta con un **marco de planificación y gestión turística** actualizado conformado por la Política Regional de Turismo, que establece un Directorio, presidido por el

Gobernador Regional, como instancia superior de orientación estratégica, supervisión y validación institucional de la PRT. El Consejo Regional (CORE) aprueba modificaciones sustantivas y reasignaciones presupuestarias. La Mesa Regional de Turismo actúa como órgano central de deliberación estratégica y validación técnica-territorial.

La estructura orgánica de la gobernanza de la PRT se organiza en tres niveles:

(1) Nivel Estratégico-Resolutivo (GORE, CORE, Directorio PRT);

(2) Nivel de Gobernanza Turística (Mesa Regional de Turismo, Mesa Regional de Turismo Indígena, Mesas Comunales, ZOIT de Pica, Colchane y Mamiña); y

(3) Nivel Técnico-Operativo (División Fomento e Industria del GORE, SERNATUR Regional, Red Regional de Fomento Productivo, Observatorio Regional de Turismo). La Secretaría Técnica, integrada por el GORE, SERNATUR y el Observatorio, cumple el rol de coordinación operativa, seguimiento y coherencia programática.

Además, la PRT contempla cuatro Comisiones Estratégicas de Gobernanza: (1) Comisión de Capital Social y Articulación Intersectorial; (2) Comisión de Planificación, Gestión y Crecimiento Sostenible; (3) Comisión de Innovación, Tecnología y Transformación Competitiva; y (4) Comisión de Conciencia Turística y Promoción Regional, cada una integrada por presidentes, vicepresidentes, empresas de turismo registradas, gremios, servicios públicos y academia.

La PRT 2024–2034 establece un Sistema de Seguimiento y Evaluación de ciclo continuo, basado en un Método de Evaluación Periódica (trimestral) y un Modelo de Actualización Intermedia (cada tres años, con un proceso de seis meses de duración). El Observatorio Regional de Turismo, con presupuesto de $900.000.000 (2026), constituye la instancia técnica permanente de generación, sistematización, análisis y difusión de información turística regional, con participación de la academia, sector público y privado.

Visión y misión estratégica de la política regional de turismo 2024–2034

La Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034, aprobada por el Consejo Regional el 12 de marzo de 2026, establece la siguiente visión estratégica para el turismo regional al horizonte 2034:

“La Región de Tarapacá se proyecta al año 2034 como un destino tur**ístico territorialmente integrado líder del norte andino–costero, sustentado en una gobernanza multinivel y multiactor sólidamente articulada, que ha consolidado un modelo de desarrollo turístico sostenible basado en la gestión del conocimiento y la toma de decisiones** informadas en materia de inversión, promoción y diseño de oferta turística diversa, estructurada a partir de experiencias integradas que conectan la costa, la pampa, los oasis y el altiplano mediante rutas y circuitos vivenciales configurando un destino patrimonial, histórico y multicultural que

pone en valor el territorio, la espiritualidad andina y la herencia cultural e histórica para Chile, el Corredor Bioceánico con foco en Brasil y el mundo."

La misión es orientar, coordinar y fortalecer el desarrollo turístico de la región mediante una gestión pública moderna, participativa y territorialmente equilibrada, que articule las capacidades del sector público, privado, académico, comunitario e indígena para avanzar hacia un modelo de turismo sostenible, competitivo e identitario. (CYTIES I&D / GORE Tarapacá, 2026)

Marco normativo de la actividad

El turismo en Chile se lleva adelante bajo lineamientos establecidos en su marco legal y jurídico, a saber:

Tabla 59. Marco normativo del turismo en Chile

INSTRUMENTO LEGAL	DESCRIPCIÓN
Ley de Turismo N° 20.423 (2010)	Establece el marco normativo nacional; declara al turismo una actividad estratégica para el país, crea la institucionalidad de la actividad (organismos).
Decreto N° 19 (2019)	Regula el registro de prestadores de servicios turísticos y la calidad, e incluye un Sello de Calidad Turística gratuito para quienes prestan servicios bajo normas técnicas.
Ley N° 21.600 (2023)	Crea el Servicio de Biodiversidad y Áreas Protegidas, permitiendo concesiones para turismo siempre que sean compatibles con la conservación.
Decreto N° 30 (2016)	Regula las ZOIT (Zonas de Interés Turístico) territorios con condiciones especiales que requieren planificación integrada y priorización de inversión pública.
Decreto N° 200	Sobre el Consejo Consultivo de Promoción Turística.
Ley N° 20.918	Modifica el Código del Trabajo en lo relativo al rubro turístico: discontinuidad de la jornada diaria, descanso dominical y pago íntegro de propinas.

Fuente: elaboración propia sobre la base de la normativa vigente.

Anexo II – Hallazgos, brechas, objetivos estratégicos y vectores de transformación para cada territorio

El presente anexo desarrolla la lectura específica de cada jurisdicción anunciada en el apartado 6.3.3 del Informe. Para cada territorio se presentan los hallazgos (H) y brechas (B) estratégicos, los ejes diagnósticos asociados (E1 a E8), su fundamentación, el objetivo estratégico y los vectores de transformación. Los códigos H y B se numeran de forma correlativa dentro de cada territorio, por lo que fuera de estas tablas se citan siempre junto con el nombre del territorio (p. ej., Salta B4).

Provincia de Jujuy (Argentina)

Hallazgos Estratégicos

Tabla 60. Hallazgos estratégicos – Provincia de Jujuy (Argentina)

H1	Único nodo del corredor cuyo paso fronterizo cuenta con Complejo de Control Integrado plenamente operativo *Ejes: E1, E3* Fundamentación: Jujuy es sede del Paso de Jama, el único cruce del corredor con Complejo de Control Integrado plenamente operativo para todo tipo de tránsito (el Paso de Sico, habilitado para todo tipo de vehículos desde junio de 2026, opera aún en modalidad de "Marcha Blanca"), señalado por el Estudio de Infraestructura del PM-CBC como el de mejor infraestructura entre los tres pasos operativos. Esta condición nodal, sumada a la apertura de una oficina de la ZOFRI en San Salvador de Jujuy, consolida a la provincia como la principal puerta de entrada terrestre institucionalizada del corredor. Objetivo estratégico: *consolidar a Jujuy como principal puerta de entrada terrestre del corredor hacia Chile.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Modernización y digitalización de los pasos fronterizos • Gobernanza binacional del paso • Posicionamiento internacional como puerta de entrada del corredor • Mejora de la atención al turista en el paso fronterizo • Carriles diferenciados para tránsito turístico, de carga y transporte público
H2	Oferta de circuitos binacionales desarrollada y disponible para su consolidación comercial *Ejes: E2, E5* Fundamentación: la Asociación Jujeña de Agencias de Viajes y Turismo (AJAVYT) desarrolló siete circuitos técnicamente armados (C1-C7) que combinan la Quebrada de Humahuaca, la Puna, las Yungas y extensiones hacia San Pedro de Atacama, Antofagasta e Iquique, constituyendo el principal antecedente concreto de empaquetamiento comercial binacional de todo el corredor, con agencias operadoras ya identificadas en ambos lados de la frontera. Objetivo estratégico: *escalar y formalizar el portafolio de circuitos binacionales ya diseñado por el sector privado jujeño como producto de comercialización regular del corredor.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos turísticos conjuntos • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Integración binacional • Profesionalización de la comercialización

H1	Único nodo del corredor cuyo paso fronterizo cuenta con Complejo de Control Integrado plenamente operativo *Ejes: E1, E3* Fundamentación: Jujuy es sede del Paso de Jama, el único cruce del corredor con Complejo de Control Integrado plenamente operativo para todo tipo de tránsito (el Paso de Sico, habilitado para todo tipo de vehículos desde junio de 2026, opera aún en modalidad de "Marcha Blanca"), señalado por el Estudio de Infraestructura del PM-CBC como el de mejor infraestructura entre los tres pasos operativos. Esta condición nodal, sumada a la apertura de una oficina de la ZOFRI en San Salvador de Jujuy, consolida a la provincia como la principal puerta de entrada terrestre institucionalizada del corredor. Objetivo estratégico: *consolidar a Jujuy como principal puerta de entrada terrestre del corredor hacia Chile.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Modernización y digitalización de los pasos fronterizos • Gobernanza binacional del paso • Posicionamiento internacional como puerta de entrada del corredor • Mejora de la atención al turista en el paso fronterizo • Carriles diferenciados para tránsito turístico, de carga y transporte público
H3	Nueva conectividad aérea directa con el norte de Chile *Ejes: E3, E8* Fundamentación: el vuelo directo Jujuy–Iquique, anunciado en el primer semestre de 2026 pero aún sin operar, permitiría revertir una ausencia histórica de conectividad aérea binacional de la provincia, y se complementa con la presencia institucional de la ZOFRI en San Salvador de Jujuy, que refuerza los vínculos turístico-comerciales entre ambos territorios en un momento de apertura simultánea de nuevas rutas. Objetivo estratégico: *potenciar la nueva conectividad aérea y la alianza institucional con ZOFRI como plataforma de integración comercial y turística con el norte de Chile.* Vectores de transformación: • Conectividad aérea binacional • Promoción internacional conjunta • Articulación institucional binacional • Desarrollo de productos turísticos de compras y negocios • Plan de promoción específico extendido a los demás territorios del corredor • Facilitación de contactos entre empresas para dinamizar el tránsito entre ciudades
H4	Crecimiento del turismo provincial sostenido por productos innovadores *Ejes: E2, E4, E5* Fundamentación: el turismo jujeño pasó de generar USD 75 millones y 18.000 empleos en 2015 a USD 315 millones y 28.000 empleos en 2025, una trayectoria de crecimiento sostenida por productos de proyección binacional como el Tren Solar de la Quebrada, la Ruta de los Cielos (astroturismo certificado Starlight) y el reconocimiento internacional Best Tourism Village de Maimará (2025) y Caspalá (2021). Objetivo estratégico: *profundizar la trayectoria de crecimiento provincial consolidando los productos innovadores de proyección binacional como ancla de la marca del corredor.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos turísticos innovadores • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Promoción internacional • Sistema de información e inteligencia turística

H1	Único nodo del corredor cuyo paso fronterizo cuenta con Complejo de Control Integrado plenamente operativo *Ejes: E1, E3* Fundamentación: Jujuy es sede del Paso de Jama, el único cruce del corredor con Complejo de Control Integrado plenamente operativo para todo tipo de tránsito (el Paso de Sico, habilitado para todo tipo de vehículos desde junio de 2026, opera aún en modalidad de "Marcha Blanca"), señalado por el Estudio de Infraestructura del PM-CBC como el de mejor infraestructura entre los tres pasos operativos. Esta condición nodal, sumada a la apertura de una oficina de la ZOFRI en San Salvador de Jujuy, consolida a la provincia como la principal puerta de entrada terrestre institucionalizada del corredor. Objetivo estratégico: *consolidar a Jujuy como principal puerta de entrada terrestre del corredor hacia Chile.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Modernización y digitalización de los pasos fronterizos • Gobernanza binacional del paso • Posicionamiento internacional como puerta de entrada del corredor • Mejora de la atención al turista en el paso fronterizo • Carriles diferenciados para tránsito turístico, de carga y transporte público
H5	Instrumentos de cooperación subnacional vigentes con regiones chilenas *Ejes: E1, E8* Fundamentación: Jujuy suscribió instrumentos de cooperación subnacional vigentes con dos regiones chilenas —un Acuerdo de Colaboración con Tarapacá (2024) y una Declaración de Intenciones con Arica y Parinacota (2023)— y fue además sede del VII Foro del Corredor Bioceánico de Capricornio, que reunió a más de 400 funcionarios y representantes del sector privado de los cuatro países, posicionándose como el territorio con mayor densidad institucional binacional del corredor. Objetivo estratégico: potenciar la ejecución efectiva de los acuerdos binacionales vigentes suscritos por Jujuy. Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Fortalecimiento institucional público (regional y municipal) • Agenda binacional para el desarrollo turístico del corredor • Articulación público-privada

H1	Único nodo del corredor cuyo paso fronterizo cuenta con Complejo de Control Integrado plenamente operativo *Ejes: E1, E3* Fundamentación: Jujuy es sede del Paso de Jama, el único cruce del corredor con Complejo de Control Integrado plenamente operativo para todo tipo de tránsito (el Paso de Sico, habilitado para todo tipo de vehículos desde junio de 2026, opera aún en modalidad de "Marcha Blanca"), señalado por el Estudio de Infraestructura del PM-CBC como el de mejor infraestructura entre los tres pasos operativos. Esta condición nodal, sumada a la apertura de una oficina de la ZOFRI en San Salvador de Jujuy, consolida a la provincia como la principal puerta de entrada terrestre institucionalizada del corredor. Objetivo estratégico: *consolidar a Jujuy como principal puerta de entrada terrestre del corredor hacia Chile.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Modernización y digitalización de los pasos fronterizos • Gobernanza binacional del paso • Posicionamiento internacional como puerta de entrada del corredor • Mejora de la atención al turista en el paso fronterizo • Carriles diferenciados para tránsito turístico, de carga y transporte público
H6	Renovación de la Quebrada de Humahuaca y San Salvador de Jujuy hacia un modelo de turismo más sostenible y competitivo *Ejes: E1, E2, E5* Fundamentación: la Quebrada de Humahuaca, Patrimonio Mundial de la UNESCO, constituye el destino de mayor reconocimiento internacional de la provincia, mientras que San Salvador de Jujuy y su entorno próximo de yungas se han fortalecido como nodo de servicios turísticos y puerta de acceso al resto del territorio provincial. Este proceso de consolidación no debe interpretarse como una etapa concluida, sino como la plataforma desde la cual impulsar una etapa de desarrollo del turismo jujeño más sostenible y competitivo. Objetivo estratégico: *fortalecer la sostenibilidad, competitividad e innovación de la Quebrada de Humahuaca y San Salvador de Jujuy como destinos ancla, capaces de dinamizar el desarrollo turístico del resto de la provincia.* Vectores de transformación: • Diversificación de productos turísticos • Mejora de la experiencia turística • Nuevos estándares de calidad y sostenibilidad • Estrategias de marketing e inteligencia de mercados focalizadas • Distribución equilibrada de beneficios hacia áreas emergentes

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Brechas Estratégicas

Tabla 61. Brechas estratégicas – Provincia de Jujuy (Argentina)

B1	Tensión entre el tránsito de cargas y la experiencia turística sobre la RN 52 *Ejes: E2, E3, E7* Fundamentación: el incremento del tránsito de cargas mineras y de comercio exterior sobre la RN 52 genera congestión en Volcán y Susques, con riesgo documentado de que, si no se ordena esta convivencia, el flujo turístico termine desplazándose hacia Purmamarca en detrimento de esas dos localidades y de la experiencia turística en el conjunto de la Quebrada de Humahuaca. Objetivo estratégico: *ordenar la convivencia entre el tránsito de cargas y la actividad turística en el corredor de la RN 52.* Vectores de transformación: • Ordenamiento territorial de áreas estratégicas del corredor • Infraestructura habilitante (centros de coordinación fronteriza en Susques) • Gestión de la convivencia logística-turística • Gobernanza local
B2	Deterioro de la Cuesta de Lipán *Ejes: E2, E3* Fundamentación: la Cuesta de Lipán, tramo que conecta Purmamarca con las Salinas Grandes y uno de los recorridos más transitados de la Quebrada, se encuentra en malas condiciones de mantenimiento vial. Objetivo estratégico: *mejorar la infraestructura vial y la seguridad de la Cuesta de Lipán como recorrido escénico de acceso a las Salinas Grandes.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Seguridad vial y servicios en ruta • Miradores y puesta en valor del recorrido escénico • Mantenimiento vial prioritario
B3	Necesidad de fortalecer el desarrollo turístico integral de la Puna y la región de las Yungas *Ejes: E2, E3, E6, E8* Fundamentación: más allá de los avances registrados, el desafío consiste en impulsar el desarrollo turístico integral de la Puna y las Yungas mediante el fortalecimiento de la gestión municipal, la diversificación de productos y servicios, la puesta en valor de sus atractivos, el impulso a emprendedores locales y la promoción de inversiones. Ambas regiones se inscriben en zonas transversales del corredor definidas en el apartado 6.3.4 del Informe —la Puna, en la zona Z3 (Puna de Salta y Jujuy), y las Yungas, en la zona Z2 (corredor de la RN 34)—, cuya gestión conjunta con Salta complementa los aspectos específicos de Jujuy que se abordan en esta ficha. En la Puna, este proceso deberá contemplar la creciente demanda generada por la actividad minera, que en algunas localidades ejerce presión sobre la capacidad de alojamiento y puede condicionar el desarrollo de nueva oferta turística. Objetivo estratégico: *fortalecer de manera integral el desarrollo turístico de la Puna y la región de las Yungas, más allá de la sola diversificación de la oferta.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gestión municipal • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Puesta en valor de atractivos • Fortalecimiento de emprendedores locales • Políticas de promoción de inversiones

B1	Tensión entre el tránsito de cargas y la experiencia turística sobre la RN 52 *Ejes: E2, E3, E7* Fundamentación: el incremento del tránsito de cargas mineras y de comercio exterior sobre la RN 52 genera congestión en Volcán y Susques, con riesgo documentado de que, si no se ordena esta convivencia, el flujo turístico termine desplazándose hacia Purmamarca en detrimento de esas dos localidades y de la experiencia turística en el conjunto de la Quebrada de Humahuaca. Objetivo estratégico: *ordenar la convivencia entre el tránsito de cargas y la actividad turística en el corredor de la RN 52.* Vectores de transformación: • Ordenamiento territorial de áreas estratégicas del corredor • Infraestructura habilitante (centros de coordinación fronteriza en Susques) • Gestión de la convivencia logística-turística • Gobernanza local
B4	Asimetría comercial binacional pese a la sólida posición en el mercado argentino *Ejes: E5* Fundamentación: la oferta jujeña mantiene una presencia marginal en las carteras comerciales de los operadores chilenos, pese a su sólida posición en el mercado argentino, lo que evidencia que la proximidad geográfica y la conectividad aérea recientemente inaugurada no son suficientes por sí solas para revertir la asimetría de comercialización binacional. Objetivo estratégico: *fortalecer la presencia comercial de Jujuy en las carteras de operadores del norte de Chile.* Vectores de transformación: • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Articulación público-privada binacional • Promoción internacional segmentada en Antofagasta y Tarapacá • Inteligencia de mercado
B5	Necesidad de modernizar la estrategia de marketing e inteligencia de mercados de Jujuy *Ejes: E5* Fundamentación: más que una ausencia de acciones promocionales, el diagnóstico evidencia que Jujuy necesita evolucionar hacia un modelo de gestión comercial sustentado en inteligencia de mercados, análisis permanente de tendencias, segmentación de mercados prioritarios, posicionamiento digital, marketing de contenidos, campañas digitales sostenidas y monitoreo y evaluación de resultados. Objetivo estratégico: *modernizar la estrategia de marketing e inteligencia de mercados de Jujuy.* Vectores de transformación: • Inteligencia de mercados y análisis permanente de tendencias • Segmentación de mercados prioritarios • Posicionamiento digital y marketing de contenidos • Campañas digitales sostenidas • Monitoreo y evaluación de resultados

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Provincia de Salta (Argentina)

Hallazgos Estratégicos

Tabla 62. Hallazgos estratégicos – Provincia de Salta (Argentina)

H1	Gestión provincial proactiva del Paso de Sico pese a ser jurisdicción federal *Ejes: E3, E8* Fundamentación: Salta asumió el financiamiento de obras de refacción y ampliación del Complejo Fronterizo de Sico pese a tratarse de infraestructura de jurisdicción del gobierno federal, lo que permitió alcanzar en junio de 2026 la habilitación plena, en modalidad de "Marcha Blanca", para el tránsito de vehículos de carga, particulares y turísticos sin restricciones. A diferencia del Paso de Jama, que cuenta con un Complejo de Control Integrado plenamente operativo, Sico transita todavía esta etapa de habilitación inicial. Este antecedente constituye un caso de incidencia subnacional activa sobre un activo binacional que excede formalmente su competencia directa. Objetivo estratégico: *consolidar la capacidad de gestión provincial sobre el Paso de Sico como modelo replicable de incidencia subnacional en infraestructura fronteriza binacional.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Incidencia ante niveles nacionales • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Cooperación binacional técnica con Antofagasta
H2	Plataforma oficial de experiencias turísticas verificadas con potencial de escalamiento comercial *Ejes: E5, E6* Fundamentación: el Ministerio de Turismo y Deportes opera experiencias.turismosalta.gov.ar un canal institucional que nuclea prestadores debidamente habilitados, ordenados por categorías (Aventura, Cultura, Gastronomía, Naturaleza, Bienestar, Turismo Comunitario). La plataforma funciona como herramienta de desintermediación y formalización que vincula directamente a micro y pequeños prestadores con el consumidor final, y evidencia una transición ya en marcha del "producto-paisaje" hacia el "producto-experiencia". El desafío está en escalar su comercialización y su posicionamiento, así como su articulación con los canales de venta y con los circuitos turísticos integrados. Objetivo estratégico: *potenciar la plataforma digital oficial como canal de comercialización directa y de formalización del sector en toda la provincia.* Vectores de transformación: • Transformación digital de empresas turísticas • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales • Fortalecimiento del liderazgo comercial del sector privado • Mayor articulación empresarial a escala regional • Formalización de prestadores • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Extensión del modelo a la comercialización de circuitos binacionales

H1	Gestión provincial proactiva del Paso de Sico pese a ser jurisdicción federal *Ejes: E3, E8* Fundamentación: Salta asumió el financiamiento de obras de refacción y ampliación del Complejo Fronterizo de Sico pese a tratarse de infraestructura de jurisdicción del gobierno federal, lo que permitió alcanzar en junio de 2026 la habilitación plena, en modalidad de "Marcha Blanca", para el tránsito de vehículos de carga, particulares y turísticos sin restricciones. A diferencia del Paso de Jama, que cuenta con un Complejo de Control Integrado plenamente operativo, Sico transita todavía esta etapa de habilitación inicial. Este antecedente constituye un caso de incidencia subnacional activa sobre un activo binacional que excede formalmente su competencia directa. Objetivo estratégico: *consolidar la capacidad de gestión provincial sobre el Paso de Sico como modelo replicable de incidencia subnacional en infraestructura fronteriza binacional.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Incidencia ante niveles nacionales • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Cooperación binacional técnica con Antofagasta
H3	Puesta en valor y uso turístico de las áreas naturales protegidas de Salta *Ejes: E1, E2, E7* Fundamentación: Salta es la provincia con mayor superficie de bosques nativos del país (6.774.008 hectáreas, 2019) y cuenta con una oferta emergente de ecoturismo, observación de aves y turismo rural comunitario con base en comunidades originarias que la posiciona de manera diferencial frente a los mercados internacionales de alta valoración ambiental. Sin embargo, la mayoría de sus áreas naturales protegidas —parques nacionales, áreas protegidas provinciales y áreas municipales— cuenta con una infraestructura de visitación turística muy baja o nula, lo que deja un activo de gran potencial todavía sin desarrollar. La puesta en valor de estos sitios permitirá sumarlos a los circuitos integrados o dinamizar las áreas emergentes. Objetivo estratégico: poner en valor, con fines turísticos, las áreas naturales protegidas de Salta, hoy subutilizadas pese a su alto potencial ecoturístico. Vectores de transformación: • Infraestructura de visitación en parques y áreas protegidas • Desarrollo de productos de ecoturismo y observación de aves • Gestión conjunta con organismos ambientales nacionales y provinciales • Certificación ambiental y economía del carbono
H4	INPROTUR Salta como plataforma propia de promoción internacional *Ejes: E5, E8* Fundamentación: Salta cuenta con su propio Instituto de Promoción Turística de Salta (INPROTUR Salta), de alcance provincial, con un directorio mixto que integra representantes públicos y privados (Cámara de Turismo, Cámara Hotelera, AHT, ASAT), y que constituye una plataforma institucional propia y ya operativa sobre la cual desarrollar una promoción internacional específica de la provincia. Objetivo estratégico: *fortalecer los alcances del INPROTUR Salta mediante un nuevo plan de promoción internacional, con prospectiva e inteligencia de mercado, que proyecte a la provincia hacia el norte de Chile y otros mercados prioritarios y que fortalezca su participación en las mesas y espacios del CBC.* Vectores de transformación: • Nuevo plan de promoción internacional de Salta • Prospectiva e inteligencia de mercado • Articulación público-privada • Alianzas con organismos nacionales de promoción • Participación en espacios de Turismo del CBC

H1	Gestión provincial proactiva del Paso de Sico pese a ser jurisdicción federal *Ejes: E3, E8* Fundamentación: Salta asumió el financiamiento de obras de refacción y ampliación del Complejo Fronterizo de Sico pese a tratarse de infraestructura de jurisdicción del gobierno federal, lo que permitió alcanzar en junio de 2026 la habilitación plena, en modalidad de "Marcha Blanca", para el tránsito de vehículos de carga, particulares y turísticos sin restricciones. A diferencia del Paso de Jama, que cuenta con un Complejo de Control Integrado plenamente operativo, Sico transita todavía esta etapa de habilitación inicial. Este antecedente constituye un caso de incidencia subnacional activa sobre un activo binacional que excede formalmente su competencia directa. Objetivo estratégico: *consolidar la capacidad de gestión provincial sobre el Paso de Sico como modelo replicable de incidencia subnacional en infraestructura fronteriza binacional.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Incidencia ante niveles nacionales • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Cooperación binacional técnica con Antofagasta
H5	Enoturismo consolidado de los Valles Calchaquíes, como producto ancla *Ejes: E2, E5* Fundamentación: Cafayate y los Valles Calchaquíes posicionan a Salta como la segunda provincia exportadora de vinos de Argentina y el segundo destino de enoturismo a escala nacional, un producto de identidad territorial de alto valor agregado que lidera la región y que ofrece no solo el potencial de integrarse a circuitos binacionales de "rutas del vino" junto a otros destinos vitivinícolas de la región sino también de atraer flujos de turistas del norte de Chile. Objetivo estratégico: *consolidar y proyectar internacionalmente el enoturismo de los Valles Calchaquíes como producto ancla y diferencial del corredor.* Vectores de transformación: • Desarrollo y renovación de productos turísticos de enoturismo • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Marketing y promoción para segmentos turísticos prioritarios • Alianzas comerciales para circuitos vitivinícolas con Jujuy y de alcance binacional • Fortalecimiento de la calidad y la sostenibilidad de la oferta turística • Desarrollo de turismo de cercanía regional (escapadas, turismo deportivo, gastronómico y cultural durante todo el año) • Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para acceder a mercados internacionales

H1	Gestión provincial proactiva del Paso de Sico pese a ser jurisdicción federal *Ejes: E3, E8* Fundamentación: Salta asumió el financiamiento de obras de refacción y ampliación del Complejo Fronterizo de Sico pese a tratarse de infraestructura de jurisdicción del gobierno federal, lo que permitió alcanzar en junio de 2026 la habilitación plena, en modalidad de "Marcha Blanca", para el tránsito de vehículos de carga, particulares y turísticos sin restricciones. A diferencia del Paso de Jama, que cuenta con un Complejo de Control Integrado plenamente operativo, Sico transita todavía esta etapa de habilitación inicial. Este antecedente constituye un caso de incidencia subnacional activa sobre un activo binacional que excede formalmente su competencia directa. Objetivo estratégico: *consolidar la capacidad de gestión provincial sobre el Paso de Sico como modelo replicable de incidencia subnacional en infraestructura fronteriza binacional.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Incidencia ante niveles nacionales • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Cooperación binacional técnica con Antofagasta
H6	Renovación de destinos consolidados mediante innovación, sostenibilidad y diversificación de la oferta *Ejes: E1, E2, E5* Fundamentación: la Ciudad de Salta se ha consolidado como la principal puerta de entrada turística del norte argentino. A su vez, los Valles Calchaquíes han alcanzado un posicionamiento propio, complementado por una creciente valorización de los destinos que conforman el entorno de la ciudad —como San Lorenzo, Vaqueros, La Caldera y Campo Quijano, entre otros—, que amplían la oferta mediante propuestas de naturaleza, gastronomía, turismo rural y experiencias de cercanía. Este proceso de consolidación no debe interpretarse como una etapa concluida, sino como la base para impulsar una nueva fase de desarrollo, orientada a renovar la competitividad del destino mediante la innovación, la diversificación de productos y mercados, la sostenibilidad, la transformación digital y una mayor integración territorial de los beneficios del turismo. Objetivo estratégico: *fortalecer la competitividad, sostenibilidad e innovación de la Ciudad de Salta y los Valles Calchaquíes como destinos ancla, capaces de dinamizar el desarrollo turístico de las áreas emergentes de la provincia.* Vectores de transformación: • Diversificación de productos turísticos • Mejora de la experiencia turística • Nuevos estándares de calidad y sostenibilidad • Infraestructura vial, señalética y servicios de apoyo • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Estrategias de marketing e inteligencia de mercados focalizadas • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Desarrollo de productos turísticos innovadores y de alto valor agregado para mercados de interés especial • Aplicación del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes • Renovación de espacios urbanos

H1	Gestión provincial proactiva del Paso de Sico pese a ser jurisdicción federal *Ejes: E3, E8* Fundamentación: Salta asumió el financiamiento de obras de refacción y ampliación del Complejo Fronterizo de Sico pese a tratarse de infraestructura de jurisdicción del gobierno federal, lo que permitió alcanzar en junio de 2026 la habilitación plena, en modalidad de "Marcha Blanca", para el tránsito de vehículos de carga, particulares y turísticos sin restricciones. A diferencia del Paso de Jama, que cuenta con un Complejo de Control Integrado plenamente operativo, Sico transita todavía esta etapa de habilitación inicial. Este antecedente constituye un caso de incidencia subnacional activa sobre un activo binacional que excede formalmente su competencia directa. Objetivo estratégico: *consolidar la capacidad de gestión provincial sobre el Paso de Sico como modelo replicable de incidencia subnacional en infraestructura fronteriza binacional.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Incidencia ante niveles nacionales • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Cooperación binacional técnica con Antofagasta
H7	Nodo consolidado de turismo de reuniones (MICE) de escala nacional *Ejes: E2, E5* Fundamentación: la Ciudad de Salta ocupa la quinta posición en el ranking de ciudades del interior del país por volumen de eventos y dispone de un ecosistema de soporte técnico-logístico de estándares internacionales —Centro de Convenciones, salones diversificados, OPC y un Bureau de Congresos y Convenciones activo—. Esta capacidad organizativa ya atrae flujos corporativos y de convenciones que exceden la estacionalidad del turismo vacacional tradicional. El turismo de reuniones constituye, además, una estrategia valiosa para los cuatro territorios del corredor, en especial para sus ciudades capitales. Objetivo estratégico: *consolidar y escalar a Salta como principal plaza de turismo de reuniones y eventos del NOA, en articulación con las demás ciudades capitales del corredor.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos turísticos (segmento MICE) • Marketing y promoción para segmentos turísticos prioritarios • Articulación público-privada (Bureau de Congresos) • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico (eventos de mayor escala)

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Brechas Estratégicas

Tabla 63. Brechas estratégicas – Provincia de Salta (Argentina)

B1	Tramos viales críticos sin resolver en el eje hacia la frontera y hacia el norte, así como en ejes de alta circulación turística *Ejes: E3* Fundamentación: la RN 51 presenta trechos sin pavimentar en el tramo San Antonio de los Cobres–Paso de Sico y ausencia de servicios en 150 km; en paralelo, la RN 9 acumula congestión severa a la altura de General Güemes (20.000 vehículos/día sin variante) y la RN 34 muestra deterioro entre Pichanal y Tartagal y en el acceso de Rosario de la Frontera. La RN 40, eje troncal que conecta los Valles Calchaquíes con la Puna, tampoco está pavimentada. Objetivo estratégico: *avanzar en el cierre de las brechas viales críticas de la provincia, priorizando los tramos que condicionan la conectividad turística y binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura vial, señalética y servicios de apoyo • Puesta en valor del paisaje como atractivo turístico del corredor a través de rutas escénicas • Equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Gestión de financiamiento multilateral • Ordenamiento urbano de las localidades atravesadas por la traza del CBC para evitar situaciones conflictivas
B2	Necesidad de fortalecer el desarrollo turístico integral de la Puna y el Norte Verde *Ejes: E2, E3, E8* Fundamentación: el 61% de las plazas de alojamiento de la provincia se concentra en la Ciudad de Salta, mientras que la Puna y el Norte Verde reúnen apenas el 7% del total, con una oferta aún limitada y poco diversificada, especialmente en servicios orientados al turismo internacional y de mayor valor agregado. Más allá de esta concentración, el desafío consiste en impulsar el desarrollo turístico integral de ambas regiones mediante el fortalecimiento de la gestión municipal, la diversificación de productos y servicios, la puesta en valor de sus atractivos, el impulso a emprendedores locales y la promoción de inversiones. Ambas regiones se inscriben, además, en zonas transversales del corredor definidas en el apartado 6.3.4 del Informe —la Puna, en la zona Z3 (Puna de Salta y Jujuy), y el Norte Verde, en la zona Z2 (corredor de la RN 34)—, cuya gestión conjunta con Jujuy complementa los aspectos específicos de Salta que se abordan en esta ficha. En la Puna, este proceso deberá contemplar la creciente demanda generada por la actividad minera, que en algunas localidades ejerce presión sobre la capacidad de alojamiento y puede condicionar el desarrollo de nueva oferta turística. Objetivo estratégico: *fortalecer de manera integral el desarrollo turístico de la Puna y el Norte Verde, más allá de la sola diversificación de la oferta.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gestión municipal • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Puesta en valor de atractivos • Fortalecimiento de emprendedores locales • Políticas de promoción de inversiones

B1	Tramos viales críticos sin resolver en el eje hacia la frontera y hacia el norte, así como en ejes de alta circulación turística *Ejes: E3* Fundamentación: la RN 51 presenta trechos sin pavimentar en el tramo San Antonio de los Cobres–Paso de Sico y ausencia de servicios en 150 km; en paralelo, la RN 9 acumula congestión severa a la altura de General Güemes (20.000 vehículos/día sin variante) y la RN 34 muestra deterioro entre Pichanal y Tartagal y en el acceso de Rosario de la Frontera. La RN 40, eje troncal que conecta los Valles Calchaquíes con la Puna, tampoco está pavimentada. Objetivo estratégico: *avanzar en el cierre de las brechas viales críticas de la provincia, priorizando los tramos que condicionan la conectividad turística y binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura vial, señalética y servicios de apoyo • Puesta en valor del paisaje como atractivo turístico del corredor a través de rutas escénicas • Equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Gestión de financiamiento multilateral • Ordenamiento urbano de las localidades atravesadas por la traza del CBC para evitar situaciones conflictivas
B3	Ausencia de un programa integral de sostenibilidad liderado por el organismo de turismo *Ejes: E7, E8* Fundamentación: la plataforma Salta Destino Sostenible, creada en el marco del Plan LIDERAR, ya no se encuentra activa, lo que deja a la provincia sin un programa integral de sostenibilidad turística liderado por el organismo de turismo, pese a contar con un ecosistema de oferta experiencial (astroturismo, turismo rural comunitario) que se beneficiaría de un marco de sostenibilidad consolidado. Se trata, además, de un desafío que comparten las demás jurisdicciones del corredor. Objetivo estratégico: *desarrollar un programa integral de sostenibilidad turística liderado por el organismo provincial de turismo, los municipios turísticos y las cámaras sectoriales.* Vectores de transformación: • Gobernanza ambiental • Sostenibilidad y calidad • Digitalización de la gestión de sostenibilidad • Certificación de destino • Articulación con el Plan de Cambio Climático de Salta
B4	Bajo aprovechamiento del turismo corporativo asociado a la minería del corredor *Ejes: E1, E4* Fundamentación: pese al desarrollo minero de litio, cobre y plata en el corredor, el segmento de visitantes corporativos vinculados a la actividad extractiva, de alta capacidad de gasto, permanece sin una oferta ni una gobernanza específicas que lo capten. Los propios actores del sector propusieron, en este sentido, convenios de reciprocidad entre turismo y minería. Objetivo estratégico: *desarrollar una oferta y una gobernanza específica para capturar el turismo corporativo vinculado a la actividad minera del corredor.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos turísticos (MICE corporativo) • Cooperación público-privada con el sector minero • Inteligencia turística de mercados corporativos • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico

B1	Tramos viales críticos sin resolver en el eje hacia la frontera y hacia el norte, así como en ejes de alta circulación turística *Ejes: E3* Fundamentación: la RN 51 presenta trechos sin pavimentar en el tramo San Antonio de los Cobres–Paso de Sico y ausencia de servicios en 150 km; en paralelo, la RN 9 acumula congestión severa a la altura de General Güemes (20.000 vehículos/día sin variante) y la RN 34 muestra deterioro entre Pichanal y Tartagal y en el acceso de Rosario de la Frontera. La RN 40, eje troncal que conecta los Valles Calchaquíes con la Puna, tampoco está pavimentada. Objetivo estratégico: *avanzar en el cierre de las brechas viales críticas de la provincia, priorizando los tramos que condicionan la conectividad turística y binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura vial, señalética y servicios de apoyo • Puesta en valor del paisaje como atractivo turístico del corredor a través de rutas escénicas • Equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Gestión de financiamiento multilateral • Ordenamiento urbano de las localidades atravesadas por la traza del CBC para evitar situaciones conflictivas
B6	Necesidad de actualizar el modelo estratégico de desarrollo, marketing e inteligencia turística de Salta *Ejes: E2, E4, E5* Fundamentación: el Plan LIDERAR, principal instrumento estratégico del turismo salteño, no ha sido actualizado, lo que representa una oportunidad para impulsar una nueva etapa de desarrollo del destino. Esta actualización debería incorporar los desafíos derivados del Corredor Bioceánico de Capricornio, las nuevas tendencias del turismo internacional y un enfoque centrado en la sostenibilidad, la competitividad, la transformación digital y la inteligencia turística. Más que una ausencia de acciones promocionales, el diagnóstico evidencia la necesidad de evolucionar hacia un modelo de gestión comercial basado en inteligencia de mercados, análisis permanente de tendencias, segmentación de mercados, posicionamiento digital, marketing de contenidos y evaluación continua de resultados. Objetivo estratégico: actualizar el Plan LIDERAR *como instrumento rector del desarrollo turístico de la provincia, integrando una estrategia renovada de marketing, inteligencia de mercados y posicionamiento nacional e internacional.* Vectores de transformación: • Actualización del Plan LIDERAR • Inteligencia de mercados y análisis permanente de tendencias • Segmentación de mercados prioritarios • Relanzamiento y reposicionamiento de la marca-destino Salta • Posicionamiento digital y marketing de contenidos • Campañas digitales sostenidas • Monitoreo y evaluación de resultados • Sofisticación de experiencias turísticas • Ampliación de la oferta de alta gama • Promoción internacional renovada

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Región de Antofagasta (Chile)

Hallazgos Estratégicos

Tabla 64. Hallazgos estratégicos – Región de Antofagasta (Chile)

H1	Modelo de cogestión indígena de atractivos naturales, pionero desde 1998 *Ejes: E2, E7, E8* Fundamentación: mediante contratos de asociatividad entre CONAF y comunidades atacameñas específicas, la Comunidad de Coyo coadministra la Aldea de Tulor desde 1998, la de Toconao el sector Soncor desde 2002, la de Socaire las lagunas Miscanti-Miñiques desde 2003 y la Asociación Indígena Valle de la Luna el sector homónimo desde 2004, un modelo de cogestión que regula horarios, aforo y guiado, y que forma parte de la gestión sostenible del destino San Pedro de Atacama, que recibió en 2026 la certificación internacional Green Destinations nivel Plata. Objetivo estratégico: *consolidar y proyectar el modelo de cogestión indígena de atractivos naturales como referencia de gobernanza turística sostenible del corredor.* Vectores de transformación: • Gobernanza ambiental indígena • Fortalecimiento institucional comunitario • Sostenibilidad y calidad • Réplica del modelo a otros territorios del corredor
H2	Ecosistema MICE y de cruceros con marco normativo recientemente favorable *Ejes: E2, E4, E5* Fundamentación: Antofagasta alberga EXPONOR, la feria de minería más grande de América Latina, con un ecosistema hotelero y de servicios que ya recibe turistas de fin de semana además de la clientela corporativa minera entre semana; a esto se suma la nueva Ley N° 21.774 de Cabotaje Marítimo (2025), que habilita a naves de pasajeros extranjeras a operar cabotaje entre puertos chilenos, abriendo una oportunidad de cruceros hoy subaprovechada frente a Iquique y Arica. Objetivo estratégico: *consolidar y diversificar la propuesta de valor urbana y de eventos de Antofagasta, capitalizando el nuevo marco normativo de cabotaje de cruceros.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos turísticos (cruceros, MICE) • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Inversión en infraestructura portuaria turística • Articulación público-privada

H1	Modelo de cogestión indígena de atractivos naturales, pionero desde 1998 *Ejes: E2, E7, E8* Fundamentación: mediante contratos de asociatividad entre CONAF y comunidades atacameñas específicas, la Comunidad de Coyo coadministra la Aldea de Tulor desde 1998, la de Toconao el sector Soncor desde 2002, la de Socaire las lagunas Miscanti-Miñiques desde 2003 y la Asociación Indígena Valle de la Luna el sector homónimo desde 2004, un modelo de cogestión que regula horarios, aforo y guiado, y que forma parte de la gestión sostenible del destino San Pedro de Atacama, que recibió en 2026 la certificación internacional Green Destinations nivel Plata. Objetivo estratégico: *consolidar y proyectar el modelo de cogestión indígena de atractivos naturales como referencia de gobernanza turística sostenible del corredor.* Vectores de transformación: • Gobernanza ambiental indígena • Fortalecimiento institucional comunitario • Sostenibilidad y calidad • Réplica del modelo a otros territorios del corredor
H3	Astroturismo de clase mundial sustentado en infraestructura científica única *Ejes: E1, E2* Fundamentación: la región alberga el Observatorio ALMA (el radiotelescopio más grande del mundo), el VLT de Paranal y el ELT en construcción —que será el mayor telescopio óptico del mundo—, una base científica que ya sostiene visitas guiadas regulares y que fue objeto en 2025 del primer Astronomy Chile Industry Day, evidenciando un ecosistema de astroturismo sin comparación en el resto del corredor. Objetivo estratégico: *consolidar el astroturismo como producto ancla de comercialización internacional y binacional del corredor.* Vectores de transformación: • Desarrollo de una submarca para el astroturismo de Antofagasta • Alianzas con infraestructura científica y mayor apertura al público de la misma • Marketing y promoción para segmentos turísticos prioritarios • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Integración con otras iniciativas de astroturismo del CBC • Detección de segmentos de mercado específicos
H4	Cartera de megaproyectos de infraestructura portuaria y logística ya priorizados *Ejes: E1, E3* Fundamentación: el PM-CBC prioriza en la región proyectos de gran escala como la Ruta 5 Iquique-Antofagasta (USD 607 millones), la Zona de Desarrollo Logístico La Negra (USD 441 millones) y la Terminal de Contenedores del Puerto de Antofagasta (USD 750 millones), una cartera de inversión logística de una magnitud que ningún otro territorio del corredor concentra y que puede fortalecer indirectamente su competitividad turística. Objetivo estratégico: *aprovechar la cartera de megaproyectos de infraestructura portuaria y logística ya priorizados para fortalecer la competitividad turística del corredor y potenciar el uso turístico de esa infraestructura.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Intermodalidad logístico-turística • Inversión público-privada • Planificación conjunta turismo-logística

H1	Modelo de cogestión indígena de atractivos naturales, pionero desde 1998 *Ejes: E2, E7, E8* Fundamentación: mediante contratos de asociatividad entre CONAF y comunidades atacameñas específicas, la Comunidad de Coyo coadministra la Aldea de Tulor desde 1998, la de Toconao el sector Soncor desde 2002, la de Socaire las lagunas Miscanti-Miñiques desde 2003 y la Asociación Indígena Valle de la Luna el sector homónimo desde 2004, un modelo de cogestión que regula horarios, aforo y guiado, y que forma parte de la gestión sostenible del destino San Pedro de Atacama, que recibió en 2026 la certificación internacional Green Destinations nivel Plata. Objetivo estratégico: *consolidar y proyectar el modelo de cogestión indígena de atractivos naturales como referencia de gobernanza turística sostenible del corredor.* Vectores de transformación: • Gobernanza ambiental indígena • Fortalecimiento institucional comunitario • Sostenibilidad y calidad • Réplica del modelo a otros territorios del corredor
H5	Consolidación de San Pedro de Atacama y crecimiento de Antofagasta como ciudad de servicios *Ejes: E1, E2, E5* Fundamentación: San Pedro de Atacama se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más reconocidos de Sudamérica, complementado por el crecimiento de la ciudad de Antofagasta como ciudad de servicios y acceso al territorio regional. Este proceso de consolidación no debe interpretarse como una etapa concluida, sino como la plataforma desde la cual impulsar una segunda etapa de desarrollo turístico de la región. Objetivo estratégico: *fortalecer la competitividad, sostenibilidad e innovación de San Pedro de Atacama y Antofagasta como destinos ancla, capaces de dinamizar el desarrollo turístico del resto de la región.* Vectores de transformación: • Diversificación de productos turísticos • Mejora de la experiencia turística • Nuevos estándares de calidad y sostenibilidad • Estrategias de marketing e inteligencia de mercados focalizadas • Distribución equilibrada de beneficios hacia áreas emergentes

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales

Brechas Estratégicas

Tabla 65. Brechas estratégicas – Región de Antofagasta (Chile)

B1	Conectividad aérea directa con Argentina inexistente *Ejes: E3* Fundamentación: la ausencia de conectividad aérea directa entre la Región de Antofagasta y el norte argentino es identificada por el propio diagnóstico como la principal brecha estructural del corredor en la región, en contraste con la conectividad aérea nacional ya consolidada de Calama y Antofagasta hacia el resto de Chile. Objetivo estratégico: *desarrollar conectividad aérea directa entre la Región de Antofagasta y el norte argentino del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico (conectividad aérea) • Incidencia ante autoridades aeronáuticas • Desarrollo de rutas piloto • Promoción conjunta de nuevas rutas
B2	Tensión creciente entre la actividad minera del litio y los recursos que sostienen el turismo *Ejes: E1, E7* Fundamentación: la expansión de la explotación de litio en el Salar de Atacama genera preocupación documentada entre actores públicos y privados por sus efectos sobre los recursos hídricos y los paisajes de los que depende la actividad turística, sin que existan todavía espacios de diálogo turismo-minería suficientemente consolidados para gestionar preventivamente estos efectos. Objetivo estratégico: *desarrollar mecanismos de diálogo y gestión preventiva entre la actividad minera y el turismo en torno a los recursos hídricos y paisajísticos compartidos.* Vectores de transformación: • Gobernanza ambiental multinivel • Diálogo público-privado turismo-minería • Monitoreo hídrico compartido • Sostenibilidad y calidad ambiental
B3	Concentración de la demanda regional en San Pedro de Atacama frente a destinos emergentes *Ejes: E1, E2, E4* Fundamentación: pese a que la región dispone de un patrimonio salitrero de jerarquía internacional (María Elena, única salitrera activa del mundo) y de un litoral de 550 km con potencial de sol y playa, la demanda turística regional permanece fuertemente concentrada en San Pedro de Atacama, mientras que el litoral (Mejillones, Tocopilla, Taltal) y la zona salitrera continúan en estadio emergente o en desarrollo. Objetivo estratégico: *diversificar y distribuir territorialmente la demanda turística de la región más allá de San Pedro de Atacama.* Vectores de transformación: • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Desarrollo de la oferta y el mercado turístico en destinos emergentes (patrimonio salitrero, litoral) • Impulso a los flujos turísticos entre el norte argentino y el norte de Chile • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico

B1	Conectividad aérea directa con Argentina inexistente *Ejes: E3* Fundamentación: la ausencia de conectividad aérea directa entre la Región de Antofagasta y el norte argentino es identificada por el propio diagnóstico como la principal brecha estructural del corredor en la región, en contraste con la conectividad aérea nacional ya consolidada de Calama y Antofagasta hacia el resto de Chile. Objetivo estratégico: *desarrollar conectividad aérea directa entre la Región de Antofagasta y el norte argentino del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico (conectividad aérea) • Incidencia ante autoridades aeronáuticas • Desarrollo de rutas piloto • Promoción conjunta de nuevas rutas
B4	Cobertura formativa técnica en turismo insuficiente frente a la concentración de demanda en San Pedro de Atacama *Ejes: E6* Fundamentación: San Pedro de Atacama, pese a concentrar la mayor demanda turística internacional de la región, no registra oferta propia de carreras técnicas en turismo u hotelería. Objetivo estratégico: ampliar la oferta formativa técnica *en turismo y hotelería en los nodos de mayor demanda turística de la región.* Vectores de transformación: • Profesionalización del sector • Articulación con instituciones educativas • Formación técnica descentralizada • Certificación de calidad
B5	Necesidad de priorizar la gestión sostenible del territorio en San Pedro de Atacama y su área de influencia *Ejes: E7, E8* Fundamentación: pese a que San Pedro de Atacama alcanzó en 2026 la certificación internacional Green Destinations nivel Plata, la gestión sostenible del territorio —y no solo la certificación en sí— debe volverse una prioridad explícita: cerca del 90% del territorio comunal constituye el Área de Desarrollo Indígena "Atacama La Grande", y sostener ese reconocimiento certificado exige una gestión territorial activa y continua, más allá del logro puntual ya obtenido. Objetivo estratégico: *priorizar la gestión sostenible del territorio de San Pedro de Atacama como condición para sostener en el tiempo su certificación internacional.* Vectores de transformación: • Gobernanza ambiental y territorial continua • Gobernanza indígena • Monitoreo permanente de la gestión sostenible • Fortalecimiento normativo municipal

B1	Conectividad aérea directa con Argentina inexistente *Ejes: E3* Fundamentación: la ausencia de conectividad aérea directa entre la Región de Antofagasta y el norte argentino es identificada por el propio diagnóstico como la principal brecha estructural del corredor en la región, en contraste con la conectividad aérea nacional ya consolidada de Calama y Antofagasta hacia el resto de Chile. Objetivo estratégico: *desarrollar conectividad aérea directa entre la Región de Antofagasta y el norte argentino del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico (conectividad aérea) • Incidencia ante autoridades aeronáuticas • Desarrollo de rutas piloto • Promoción conjunta de nuevas rutas
B6	Necesidad de modernizar la estrategia de marketing e inteligencia de mercados de Antofagasta *Ejes: E5* Fundamentación: más que una ausencia de acciones promocionales, el diagnóstico evidencia que la Región de Antofagasta necesita evolucionar hacia un modelo de gestión comercial sustentado en inteligencia de mercados, análisis permanente de tendencias, segmentación de mercados prioritarios, posicionamiento digital, marketing de contenidos, campañas digitales sostenidas y monitoreo y evaluación de resultados. Objetivo estratégico: *modernizar la estrategia de marketing e inteligencia de mercados de la Región de Antofagasta.* Vectores de transformación: • Inteligencia de mercados y análisis permanente de tendencias • Segmentación de mercados prioritarios • Posicionamiento digital y marketing de contenidos • Campañas digitales sostenidas • Monitoreo y evaluación de resultados

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Región de Tarapacá (Chile)

Hallazgos Estratégicos

Tabla 66. Hallazgos estratégicos – Región de Tarapacá (Chile)

H1	Convergencia única de puerto, aeropuerto internacional y zona franca *Ejes: E1, E3* Fundamentación: la conurbación Iquique–Alto Hospicio reúne de manera simultánea el Puerto de Iquique, el Aeropuerto Diego Aracena —con la segunda pista más extensa del país, capaz de operar aeronaves de largo alcance— y la ZOFRI, una tríada logístico-comercial que ningún otro nodo urbano del corredor concentra en un mismo territorio compacto. Objetivo estratégico: *consolidar y potenciar la convergencia portuaria, aeroportuaria y de zona franca de Iquique como nodo multimodal del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Intermodalidad logístico-turística • Promoción internacional del hub • Intercambio de buenas prácticas en gestión de zonas francas
H2	Integración institucional binacional ya orientada activamente hacia Jujuy *Ejes: E1, E8* Fundamentación: en 2024 Tarapacá y Jujuy formalizaron un Acuerdo de Colaboración orientado a promover acciones conjuntas en los ámbitos turístico, comercial, académico, tecnológico y logístico, y en 2025 se avanzó en una alianza estratégica entre la Zona Franca de Perico y ZOFRI, constituyendo el eje institucional binacional más activo de la región hacia el lado argentino del corredor. Objetivo estratégico: *profundizar la integración institucional ya iniciada entre Tarapacá y Jujuy como plataforma de un eje binacional propio dentro del corredor.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Articulación binacional Tarapacá-Jujuy • Desarrollo de productos conjuntos • Cooperación técnica y logística
H3	Consolidación de Iquique como destino turístico, sede de eventos deportivos y centro distribuidor *Ejes: E1, E2, E4* Fundamentación: la demanda internacional de la región muestra una recuperación sostenida y concentra el 98% de las llegadas terrestres a la región. En este contexto, lo relevante es el posicionamiento de Iquique como centro distribuidor de excursiones full day ya bastante estructuradas hacia el interior regional, un rol que puede consolidarse y ampliarse aprovechando esa recuperación de demanda. Objetivo estratégico: *consolidar el posicionamiento de Iquique como centro distribuidor de excursiones estructuradas, capitalizando la recuperación de la demanda fronteriza boliviana.* Vectores de transformación: • Consolidación de Iquique como centro distribuidor • Desarrollo y empaquetamiento de excursiones full day • Facilitación fronteriza • Diversificación de la oferta hacia segmentos de mayor valor

H1	Convergencia única de puerto, aeropuerto internacional y zona franca *Ejes: E1, E3* Fundamentación: la conurbación Iquique–Alto Hospicio reúne de manera simultánea el Puerto de Iquique, el Aeropuerto Diego Aracena —con la segunda pista más extensa del país, capaz de operar aeronaves de largo alcance— y la ZOFRI, una tríada logístico-comercial que ningún otro nodo urbano del corredor concentra en un mismo territorio compacto. Objetivo estratégico: *consolidar y potenciar la convergencia portuaria, aeroportuaria y de zona franca de Iquique como nodo multimodal del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Intermodalidad logístico-turística • Promoción internacional del hub • Intercambio de buenas prácticas en gestión de zonas francas
H4	Patrimonio cultural aymara y arqueológico del altiplano con institucionalidad ya operativa *Ejes: E2, E7* Fundamentación: el eje altiplánico de Colchane, Isluga, los geoglifos de Pintados y las salitreras UNESCO configuran un patrimonio cultural aymara y arqueológico de jerarquía internacional que ya cuenta con institucionalidad turística propia —las ZOIT de Colchane, Mamiña y Pica—, una base de gestión territorial poco frecuente para destinos todavía en estadio emergente. Objetivo estratégico: *potenciar el patrimonio cultural aymara y arqueológico del altiplano tarapaqueño como producto de turismo de nicho especializado.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de productos de turismo cultural e indígena • Puesta en valor del patrimonio mediante espacios culturales y museísticos • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Certificación y sostenibilidad • Fortalecimiento institucional de las ZOIT
H5	Programas públicos que promueven el desarrollo de áreas emergentes *Ejes: E5, E8* Fundamentación: instrumentos públicos como las ZOIT o el programa Descubre Tamarugal, que impulsa el turismo sostenible y con identidad en la provincia del Tamarugal, promueven el desarrollo de áreas emergentes. Objetivo estratégico: escalar los programas públicos regionales. Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gestión municipal • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Puesta en valor de atractivos • Fortalecimiento de emprendedores locales • Políticas de promoción de inversiones • Fortalecimiento institucional de las ZOIT

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Brechas Estratégicas

Tabla 67. Brechas estratégicas – Región de Tarapacá (Chile)

B1	Potencial subaprovechado del paso con Bolivia *Ejes: E1, E3, E4* Fundamentación: el paso Colchane–Pisiga concentra el 98% de las llegadas terrestres de la región. Este paso permitiría generar circuitos de Tarapacá con Bolivia. Por otro lado, el complejo fronterizo de Colchane presenta capacidad limitada para absorber el crecimiento de flujos, sin zona de control integrado binacional. Objetivo estratégico: desarrollar la integración binacional de Tarapacá con Bolivia. Vectores de transformación: • Desarrollo de productos binacionales con Bolivia • Marketing y promoción para segmentos turísticos prioritarios • Inversión pública en el paso de Colchane
B2	Predominio del turismo corporativo minero sin articulación con el interior regional *Ejes: E2, E4* Fundamentación: el turismo en Iquique está dominado por la demanda corporativa vinculada a la minería, con alta ocupación hotelera entre semana y marcada estacionalidad; el turismo vacacional, relevante en verano, no logra articularse con el interior regional, lo que limita el rol de Iquique como centro distribuidor hacia Pica, Pozo Almonte, Huara o las otras comunas más allá de las excursiones de día. Objetivo estratégico: *diversificar la base de demanda de Iquique y fortalecer su rol como centro distribuidor, integrando el turismo vacacional con los destinos del interior regional.* Vectores de transformación: • Desarrollo de productos turísticos de interior • Desarrollo de destinos emergentes y diversificación territorial del turismo • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino • Infraestructura de conectividad interior
B3	Brechas de capital humano y elevada informalidad en las comunas altiplánicas y fronterizas *Ejes: E3, E6* Fundamentación: se registran brechas de capital humano especializado en las comunas del Tamarugal —reconocidas por la propia Política Regional de Turismo 2024–2034—, así como una elevada informalidad. Objetivo estratégico: *cerrar las brechas de capital humano e informalidad de las comunas altiplánicas y fronterizas de Tarapacá.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Profesionalización del capital humano local • Fortalecimiento de la gestión municipal • Fortalecimiento de emprendedores locales • Facilitación de los procesos de registro

B1	Potencial subaprovechado del paso con Bolivia *Ejes: E1, E3, E4* Fundamentación: el paso Colchane–Pisiga concentra el 98% de las llegadas terrestres de la región. Este paso permitiría generar circuitos de Tarapacá con Bolivia. Por otro lado, el complejo fronterizo de Colchane presenta capacidad limitada para absorber el crecimiento de flujos, sin zona de control integrado binacional. Objetivo estratégico: desarrollar la integración binacional de Tarapacá con Bolivia. Vectores de transformación: • Desarrollo de productos binacionales con Bolivia • Marketing y promoción para segmentos turísticos prioritarios • Inversión pública en el paso de Colchane
B4	Deficiencias persistentes en el terminal de buses de Iquique *Ejes: E3* Fundamentación: las deficiencias de capacidad y calidad del terminal de buses de Iquique, identificadas ya en el diagnóstico del Plan MOP de 2017, permanecen vigentes en 2026, afectando tanto la experiencia del visitante que ingresa por vía terrestre como la eficiencia logística de los servicios que conectan Iquique con el interior regional y con Bolivia. Objetivo estratégico: *modernizar la infraestructura del terminal de buses de Iquique como puerta de entrada terrestre del corredor.* Vectores de transformación: • Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico • Inversión público-privada • Mejora de la experiencia del viajero • Digitalización de servicios de terminal
B5	Débil articulación interinstitucional y ausencia de una marca región consolidada *Ejes: E5, E8* Fundamentación: la Política Regional de Turismo 2024–2034 identificó la débil articulación y coordinación interinstitucional como la problemática de mayor puntaje crítico de toda la región (puntaje de 2,677, el más alto en la jerarquización de problemáticas de la Política Regional de Turismo), por delante incluso del déficit de infraestructura. Esta fragmentación institucional se expresa también en la ausencia de una marca región consolidada, con la coexistencia de denominaciones distintas (Tarapacá, Iquique, Tamarugal) y un posicionamiento desigual entre ellas, y se evidencia asimismo una falta de estrategia de promoción digital propia de la región. Objetivo estratégico: *fortalecer la articulación interinstitucional regional y consolidar una marca región unificada para Tarapacá, con una estrategia de promoción digital propia.* Vectores de transformación: • Fortalecimiento de la gobernanza y coordinación entre los actores de la cadena turística • Articulación público-privada intercomunal • Marketing colaborativo para la promoción internacional del destino (marca región única) • Fortalecimiento institucional municipal • Estrategia de promoción digital de la región

B1	Potencial subaprovechado del paso con Bolivia *Ejes: E1, E3, E4* Fundamentación: el paso Colchane–Pisiga concentra el 98% de las llegadas terrestres de la región. Este paso permitiría generar circuitos de Tarapacá con Bolivia. Por otro lado, el complejo fronterizo de Colchane presenta capacidad limitada para absorber el crecimiento de flujos, sin zona de control integrado binacional. Objetivo estratégico: desarrollar la integración binacional de Tarapacá con Bolivia. Vectores de transformación: • Desarrollo de productos binacionales con Bolivia • Marketing y promoción para segmentos turísticos prioritarios • Inversión pública en el paso de Colchane
B6	Necesidad de modernizar la estrategia de marketing e inteligencia de mercados de Tarapacá *Ejes: E5* Fundamentación: más que una ausencia de acciones promocionales, el diagnóstico evidencia que Tarapacá necesita evolucionar hacia un modelo de gestión comercial sustentado en inteligencia de mercados, análisis permanente de tendencias, segmentación de mercados prioritarios, posicionamiento digital, marketing de contenidos, campañas digitales sostenidas y monitoreo y evaluación de resultados. Objetivo estratégico: *modernizar la estrategia de marketing e inteligencia de mercados de Tarapacá.* Vectores de transformación: • Inteligencia de mercados y análisis permanente de tendencias • Segmentación de mercados prioritarios • Posicionamiento digital y marketing de contenidos • Campañas digitales sostenidas • Monitoreo y evaluación de resultados

Fuente: Elaboración propia en base a fuentes oficiales.

Anexo III – Fichas de Inversión

Este anexo presenta las fichas de los proyectos de inversión de la cartera turística del Corredor Bioceánico de Capricornio, organizadas en dos grupos: (A) Proyectos comunes al CBC (Niveles I y II) y (B) Proyectos territoriales (Nivel III). Los presupuestos estimados se construyen sobre los módulos de valorización de referencia que se detallan a continuación.

Criterios de valorización: módulos de referencia de la cartera CBC
Tabla común a la cartera de proyectos comunes del CBC y a la cartera subnacional. Valores expresados en dólares estadounidenses. Tabla revisada en octubre de 2026: los valores de esta hoja son los que se aplican en todas las fichas.

A. Módulos generales

Módulo	Valor de referencia (USD)	Unidad o base de cálculo	Origen del valor
Asistencia técnica puntual o servicio normativo acotado	10.000	Por servicio	Fichas N.° 6 (formalización de la Mesa de Cámaras y Gremios) y N.° 14 (proyecto normativo del régimen de transporte)
Encuentro, taller o ronda de negocios presencial	20.000	Por encuentro (40 personas, sede, alojamiento y alimentación, 2 noches)	Ficha N.° 7 (Turismo Rural, Comunitario e Indígena)
Diseño metodológico o estudio específico	50.000	Por estudio	Fichas N.° 9, N.° 11, N.° 12 y N.° 13 (Observatorio, Rutas de Experiencias Temáticas, Sostenibilidad, Conectividad)
Estudio o plan técnico de alcance acotado	50.000	Por estudio	Aplicado en J3-b, S1-a, S4-a, A1-a, A3-a, A4-a y T4-d de la cartera subnacional y en las fichas N.° 13 y N.° 16 de la cartera común
Programa de facilitación de la inversión privada	90.000	Por programa territorial	Aplicado en J1-d, J3-d, S3-e, S5-f, A2-c y T4-c de la cartera subnacional
Capacitación y asistencia técnica a prestadores	120.000	Por territorio o región	Convergencia de S3-d, S4-b y J2-c de la cartera subnacional
Plan territorial o binacional con cartera de proyectos y protocolos	120.000	Por plan	Plan de Integración Minería–Turismo (S5-a), actualización del Plan LIDERAR (S2-a) y J2-d; fichas N.° 1 y N.° 16 de la cartera común
Estudio de capacidad de carga y sistema de monitoreo	120.000	Por destino	J2-a de la cartera subnacional; contrastado con la PRT Tarapacá (Eje 7)
Diseño y estructuración de producto y comercialización	100.000	Por línea de producto	Convergencia de S5-d y A2-b de la cartera subnacional
Sistema de información, tablero o plataforma digital	50.000	Por plataforma	A1-a y A1-b de la cartera subnacional y fichas N.° 1, N.° 9, N.° 15 y N.° 16 de la cartera común
Formación con certificación o acreditación de estándares	30.000	Por programa	Aplicado en S5-b, A3-c y A4-d de la cartera subnacional y en la ficha N.° 11 de la cartera común
Equipamiento de bajo impacto en puntos de observación	180.000	Por conjunto de 5 a 8 puntos	J3-a de la cartera subnacional (Ruta de los Cielos Jujeños)

Módulo	Valor de referencia (USD)	Unidad o base de cálculo	Origen del valor
Fortalecimiento de emprendimientos con espacios de comercialización	100.000	Por programa territorial	S5-e de la cartera subnacional (gastronomía, artesanías e identidad local)
Centro de interpretación de pequeña escala	230.000	Por centro (80 a 120 m²)	J1 de la cartera subnacional (cifra de referencia original de la ficha)
Marca, promoción y comercialización internacional	250.000	Por estrategia	Convergencia de A1-c y A3-d de la cartera subnacional
Señalética e interpretación de circuito o ruta	300.000	Por tramo o sección	A4-c de la cartera subnacional (Ruta patrimonial del Alto El Loa)
Puesta en valor de sitio o área natural	310.000	Por sitio	Aplicado en J1-b, S1-b, S1-c, S1-d, S3-b y S3-c de la cartera subnacional
Actualización museográfica o puesta en valor de inmueble patrimonial	400.000	Por inmueble	S4-e de la cartera subnacional (Museo de la Vid y el Vino)
Infraestructura pública habilitante	500.000	Por nodo o intervención	S5-c de la cartera subnacional; A2-a expresado como 3–4 intervenciones
Centro de interpretación de escala media	600.000	Por centro	Escalón intermedio entre el centro de pequeña escala y el de gran escala
Centro o museo de gran escala	2.000.000	Por centro	A4-b de la cartera subnacional (Centro de interpretación de Chuquicamata)
Intervención en senderos	100.000	Por sitio	J1-e de la cartera subnacional

Fuente: Elaboración propia.

B. Valores unitarios específicos

Módulo	Valor de referencia (USD)	Unidad o base de cálculo	Origen del valor
Diagnóstico y hoja de ruta de Destino Turístico Inteligente	20.000	Por destino	Ficha N.° 8; referencia de la implementación del modelo DTI en España
Fondo de proyectos prioritarios DTI	175.000	Por destino	Ficha N.° 8
Asistencia técnica y transferencia de herramientas a municipios	20.000	Por municipio	Ficha N.° 10; referencia del fondo SUBDERE de gestión municipal (~USD 17.000 por comuna)
Fondo concursable de incentivos para destinos emergentes	250.000	Por fondo (monto total del fondo concursable)	Ficha N.° 10; referencia del fondo SUBDERE-Turismo de ZOIT (~USD 63.000 por proyecto) como techo por proyecto
Infraestructura de observación astronómica	60.000	Por sitio	Versión anterior de la ficha N.° 11 (Red de Astroturismo); módulo sin uso en las fichas vigentes
Certificación Starlight	8.000	Por destino (cuota y auditoría)	Versión anterior de la ficha N.° 11 (Red de Astroturismo); módulo sin uso en las fichas vigentes
Certificación Green Destinations	35.000	Por destino (aplicación, auditoría y asistencia)	Ficha N.° 12 (Programa de sostenibilidad e indicadores)

Fuente: Elaboración propia.

C. Reglas de aplicación

1. Los componentes que se despliegan en más de un territorio se valorizan como múltiplo del módulo correspondiente: 2 × para alcance regional y 4 × cuando la implementación alcanza a los cuatro territorios del corredor.

2. Los montos se redondean a múltiplos de USD 10.000 y se expresa la base unitaria cada vez que existe (por kilómetro, por sitio, por nodo, por municipio, por destino, por encuentro).

3. Los módulos son valor de referencia, no techo. Una ficha puede apartarse de ellos cuando el costo real del territorio lo justifique, siempre que el apartamiento quede explicado en la propia celda de presupuesto.

4. Las cifras provenientes de instrumentos oficiales —cartera de inversiones de la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034— se conservan sin alteración y no se sustituyen por módulos. Su conversión a dólares usa el tipo de cambio observado del Banco Central de Chile del 7 de septiembre de 2026 (CLP 933,47 por USD).

5. Los componentes de obra vial, aeroportuaria o de mitigación de riesgo que integran carteras sectoriales de terceros (MOP, SUBDERE) se identifican como no imputables al proyecto y quedan sin costear.

6. Cada ficha cierra con una valorización total de referencia e indica qué componentes quedan excluidos del total.

A. Proyectos comunes al CBC (Niveles I y II)

N.°	Nombre del proyecto	Nivel	Eje
1	Señalética vial y en terminales representativa del CBC	Nivel I	Instalaciones, Infraestructura y Conectividad
2	Rutas Escénicas del CBC e Instalaciones Turísticas	Nivel I	Instalaciones, Infraestructura y Conectividad
3	Estrategia de Marca y Promoción Internacional del CBC	Nivel II	Marca, Marketing y Promoción Internacional
4	Programa de Transformación Digital, Escalamiento e Internacionalización Comercial Binacional de Operadores Turísticos	Nivel II	Desarrollo Empresarial, MIPYMES y Articulación Público-Privada
5	Fortalecimiento de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC	Nivel II	Fortalecimiento Institucional y Gobernanza
6	Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del Corredor Bioceánico de Capricornio	Nivel II	Desarrollo Empresarial, MIPYMES y Articulación Público-Privada
7	Programa de Fortalecimiento del Turismo Rural, Comunitario e Indígena del CBC	Nivel II	Desarrollo Empresarial, MIPYMES y Articulación Público-Privada
8	Implementación del Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en Destinos Consolidados del CBC	Nivel II	Innovación, Tecnología y Transformación Digital
9	Observatorio Turístico Binacional del CBC	Nivel II	Innovación, Tecnología y Transformación Digital
10	Programa de Fortalecimiento de la Gestión Municipal Turística y Destinos Emergentes del Corredor	Nivel II	Desarrollo de Producto, Diversificación y Puesta en Valor del Patrimonio
11	Programa de Desarrollo y Comercialización de las Rutas de Experiencias Temáticas del CBC	Nivel II	Desarrollo de Producto, Diversificación y Puesta en Valor del Patrimonio
12	Programa de apoyo a la sostenibilidad turística e identificación de indicadores claves del Corredor a nivel turístico	Nivel II	Sostenibilidad y Resiliencia
13	Plan de Conectividad Aérea y Terrestre Binacional del CBC	Nivel I	Facilitación Fronteriza y Conectividad
14	Régimen Especial de Transporte Turístico Internacional del Corredor Bioceánico de Capricornio	Nivel I	Armonización Normativa
15	Plataforma Digital e Integración Comercial de Circuitos Turísticos del CBC (App y Landing del Corredor)	Nivel II	Innovación, Tecnología y Transformación Digital
16	Programa Integral de Transformación, Inteligencia, Competitividad y Sostenibilidad Turística del Corredor Bioceánico de Capricornio	Nivel II	Competitividad, Sostenibilidad y Transformación Digital

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 1. Señalética vial y en terminales representativa del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Señalética vial y en terminales representativa del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Instalaciones, infraestructura y conectividad
Objetivo	Consolidar el Corredor Bioceánico de Capricornio como un itinerario turístico transfronterizo seguro, competitivo e integrado, dotándolo de una identidad visual unificada, de orientación turística en rutas estratégicas y herramientas de información digital. El presente proyecto responde al modelo de circuito binacional propuesto de eje troncal + eslabones, identificando y dotando de continuidad narrativa a los circuitos que se enganchan en cada sección funcional.
Descripción del proyecto	El proyecto comprende el desarrollo integral de un sistema de señalización turística compartido entre los cuatro países atravesados por el CBC. a. Identidad Visual y Señalética Unificada: validación del modelo de señalización del corredor ya desarrollado por la Subsecretaría de Turismo de Chile y elaboración, sobre esa base, de un Manual de Señalización Turística del CBC, que armonice los sistemas de señalización vial nacionales e implemente un sistema homogéneo de señalización turística, vial e interpretativa (cartelería y tótems) a ser colocados en sitios estratégicos del corredor vial (pasos, intersecciones de carreteras, desvíos a rutas o circuitos provinciales o regionales, identificación de atractivos turísticos sobre el corredor, acceso a miradores, etc.), terminales aeroportuarias y terrestres de las principales ciudades del CBC, así como en los pasos fronterizos. b. Relevamiento para cuantificar y localizar las señales requeridas a lo largo de las rutas del CBC en cada provincia y región, y construcción e instalación de cartelería adecuándose a las normativas viales de cada país. El relevamiento de la cartelería integra: señales de bienvenida que exhiben el mapa del CBC, señales informativas que confirman la distancia a las principales localidades y destinos, señales informativas de dirección y derivación a circuitos, rutas o travesías regionales o provinciales (vinculadas al modelo eje troncal más eslabones propuesto en el punto 3 del Informe), así como señales informativas turísticas. c. Instalación de tótems digitales interactivos en terminales, aeropuertos y pasos fronterizos, complementados con el desarrollo de una aplicación móvil integrada que brinde información en tiempo real sobre servicios, estado de pasos fronterizos, clima y disponibilidad de combustible.
Ámbito	Nacional
Etapa	Perfil
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Manual de identidad visual y armonización normativa de la señalización turística del corredor (módulo de plan binacional con protocolos): USD 120.000 b. Fabricación e instalación de cartelería vial, de bienvenida e informativa (módulo de señalética e interpretación de ruta: USD 300.000 por sección del eje troncal × 3 secciones; supuesto a validar): USD 900.000. El relevamiento debe ser facilitado por los organismos subnacionales competentes. c. Tótems digitales interactivos en terminales, aeropuertos y pasos fronterizos, y aplicación móvil asociada (módulo de plataforma o ecosistema digital): USD 50.000 Valorización total de referencia: USD 1.070.000. La cantidad definitiva de señales y su costo unitario requieren un presupuesto de ingeniería vial por país.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Vialidad Nacional (Argentina) y Dirección de Vialidad – MOP (Chile), en articulación con los organismos públicos de turismo a nivel nacional y subnacional. Coordinación a través de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC).
Comentarios	El Gobierno de Chile, a través de la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas (MOP), ya inició la colocación de señalización informativa del Corredor Bioceánico de Capricornio a partir de un proyecto elaborado por la Subsecretaría de Turismo de Chile. Es necesario coordinar y homologar los criterios de diseño, códigos visuales y estándares técnicos con la normativa y los avances ya ejecutados por Chile, para garantizar una identidad transfronteriza coherente y evitar duplicaciones o inconsistencias en la señalética de la red internacional. La aplicación de la marca del CBC en la señalética se ajustará a la carta de compromiso o acuerdo de uso y responsabilidad de la marca previsto en la ficha N.° 3, respetando la identidad y la pertinencia local de cada territorio. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC1, programa integrado «Señalización e identidad territorial del corredor»): BP2 – Señalización Turística Estandarizada y Bilingüe.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 2. Rutas Escénicas del CBC e Instalaciones Turísticas

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Rutas Escénicas del CBC e Instalaciones Turísticas
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Infraestructura turística habilitante
Objetivo	Transformar los principales ejes de conectividad del Corredor Binacional Central (CBC) en rutas escénicas integradas a los circuitos y rutas de experiencias temáticas propuestos, mediante la puesta en valor del paisaje y la incorporación de miradores, puntos de contemplación, áreas de descanso, servicios y nodos de atención al viajero, con el propósito de convertir el desplazamiento entre destinos en una experiencia turística en sí misma, mejorar las condiciones de viaje de los distintos segmentos de turismo carretero y fortalecer la integración territorial y turística binacional, incluyendo los pasos fronterizos de Jama y Sico.
Descripción del proyecto	El proyecto propone la puesta en valor el paisaje y mejorar la experiencia del viajero en los principales ejes del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) mediante su adecuación como rutas escénicas articuladas con los circuitos integrados y las rutas de experiencias temáticas. Se estructura en tres componentes complementarios: a) Rutas escénicas: desarrollo de áreas de descanso, miradores y señalética interpretativa en tramos priorizados de los ejes Jama, Sico y litoral. Las intervenciones buscarán complementar y armonizar las iniciativas existentes en ambos países, priorizando aquellos tramos con mayor potencial paisajístico y turístico. La red de rutas escénicas podrá incorporar miradores de diversa naturaleza, localizados estratégicamente según los atributos y experiencias singulares de cada tramo del corredor: puntos de observación e interpretación de formaciones geológicas y paisajes; sitios vinculados al patrimonio cultural, arqueológico y a manifestaciones culturales vivas; espacios asociados a paisajes productivos y energéticos, como parques solares; miradores de naturaleza y biodiversidad; puntos especialmente destacados para la observación astronómica de cielos (amaneceres, atardeceres; nocturnos); espacios diseñados para experimentar la escala, perspectiva, luz y las particulares ilusiones ópticas del paisaje desértico; y miradores que permitan interpretar la continuidad territorial y la condición binacional del corredor. En conjunto, estos puntos de parada buscarán transformar la contemplación del paisaje en una experiencia turística diferenciada, articulada con los circuitos y rutas de experiencias temáticas del CBC. b) Nodos de servicios al viajero: incorporación de infraestructura de apoyo para viajeros en vehículo particular, motorhome y motocicleta, incluyendo estacionamiento, sanitarios, abastecimiento, descarga sanitaria y carga eléctrica. c) Adecuacion de la infraestructura de facilitación y servicios en pasos fronterizos para mejorar la atención a los viajeros: adecuación de salas de espera, sanitarios y espacios de atención y enfermería en Jama y Sico, considerando las condiciones particulares de los pasos de alta montaña y complementando las inversiones previstas para el control de cargas y flujos fronterizos. En conjunto, el proyecto busca convertir el desplazamiento por el CBC en una experiencia turística en sí misma, favoreciendo la contemplación e interpretación del

Campo	Contenido
	paisaje, la conexión entre destinos y atractivos y una mayor integración de los productos turísticos binacionales. Para su formulación, el proyecto requiere: (i) priorizar los tramos y puntos de intervención del corredor considerando potencial paisajístico, seguridad, accesibilidad, vinculación con los circuitos temáticos y factibilidad de intervención; (ii) definir el programa y los estándares de las rutas escénicas y de los nodos de servicios, incluyendo criterios para miradores, áreas de descanso, señalética e interpretación, así como los servicios requeridos por los distintos segmentos de viajeros; (iii) relevar y definir las mejoras prioritarias en los pasos fronterizos de Jama y Sico, en particular en materia de confort y atención al viajero, considerando las condiciones de alta montaña; y (iv) estructurar el esquema de implementación binacional, definiendo inversiones prioritarias, responsables, modelo de gestión y articulación con los circuitos integrados y las rutas de experiencias temáticas.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Largo (+3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Miradores, áreas de descanso y señalética interpretativa (módulo de señalética e interpretación de ruta: USD 300.000 por tramo × 3 tramos priorizados —Jama, Sico y litoral): USD 900.000 b. Nodos de servicios al viajero con estacionamiento, sanitarios, abastecimiento, descarga sanitaria y carga eléctrica (módulo de infraestructura pública habilitante: USD 500.000 por nodo × 4 nodos, uno por territorio): USD 2.000.000 c. Adecuacion de la infraestructura de facilitación y servicios en los pasos de Jama y Sico —salas de espera, sanitarios, atención y enfermería— (módulo de infraestructura pública habilitante × 2 pasos): USD 1.000.000 Valorización total de referencia: USD 3.900.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Vialidad Nacional (Argentina) y Dirección de Vialidad – MOP (Chile), en articulación con las Secretarías/Ministerios de Turismo de Jujuy y Salta así como la Subsecretaría de Turismo de Chile y los Gobiernos Regionales de Antofagasta y Tarapacá; Ordeniamos de Obras Publicas regionales y provinciales.

Campo	Contenido
Comentarios	Rutas priorizadas: De la lectura conjunta del Estudio de Infraestructura del PM-CBC (SLOTT/BID, 2026) y del portafolio de Circuitos y Rutas Binacionales del CBC, se propone priorizar en una primera etapa seis tramos como rutas escénicas del corredor: RN 52/Ruta 27-CH (Jama) y RN 51/Ruta 23-CH (Sico), por ser los dos pasos alternativos que estructuran el eje troncal binacional y que además sostienen el itinerario de la ruta temática B.1 (Cielos Andinos) y el circuito 3.2 (Travesía Trans-puneña); Ruta 23-CH y B-245 (Calama–San Pedro de Atacama–Tatio), por concentrar el mayor tránsito turístico del corredor y ser el acceso común a los circuitos 2.5 (Circuito Volcánico y Geotérmico), 2.6 (Ruta Ancestral y Minera del Alto Loa) y 2.8 (Valle de la Luna); RN 40 (por unir los valles calchaquíes con la Puna salteña y Jujeña), la Ruta 5 Panamericana por la pampa árida (Antofagasta–Sierra Gorda–María Elena–Calama y Pampa del Tamarugal en Tarapacá), ya que es el tramo más extenso y con mayor riesgo de fatiga del conductor y mayor necesidad de abastecimiento, y ser el trazado para la puesta en valor de los circuitos binacionales B1-Cielos Andinos: B2-Sendas del Oro Blanco tramo Pampa; B3-Ruta Arqueologica, B4-Ruta Vinos de altura y el litoral Ruta 1 (Iquique–Tocopilla–Antofagasta–Mejillones), por sostener el circuito 1.1 (Litoral del Desierto de Capricornio) y la ruta temática B.2 (Sendas del Oro Blanco) en su tramo salitrero. Se deja constancia de que ya existen iniciativas a nivel nacional y subnacional que son importantes referencias para apalancar el proyecto. Las Áreas de campings municipales ubicadas en el eje y/o sus proximidades pueden ser lugares estratégicos para proyectos referidos a Nodos de servicios cercanos a destinos principales. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC2, programa integrado «Infraestructura turística y experiencia de viaje»): BP5 – Paradores Turísticos y Centros de Atención al Viajante.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 3. Estrategia de Marca y Promoción Internacional del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Estrategia de Marca y Promoción Internacional del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Marca, marketing y promoción internacional
Objetivo	Construir y posicionar una marca turística compartida del corredor en mercados internacionales, respaldando el desarrollo de marca ya en curso por la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales con un manual de uso y un plan de promoción internacional integrado, que combine la penetración en mercados de larga distancia con la promoción cruzada de turismo de cercanía entre el norte argentino y el norte de Chile.
Descripción del proyecto	El proyecto integra tres líneas de trabajo, bajo el fundamento de que la marca del CBC —actualmente en desarrollo— requiere un respaldo operativo concreto que contemple: a) Marca y manual de uso: a partir de la marca desarrollar el manual de uso para destinos, empresas y organismos; storytelling y propuesta de contenidos audiovisuales compartidos. Este Manual debe ya proponer una arquitectura de marca que integre las marcas subnacionales con el corredor. b) Elaboración de una matriz Producto / Mercado para el CBC, tomando como base los circuitos integrados y rutas temáticas. c) Plan de marketing y penetración en mercados de larga distancia estratégicos. d) Plan de promoción cruzada y turismo de cercanía: propuesta de un tratamiento explícito del NOA y el norte de Chile como mercado de proximidad en las estrategias oficiales de promoción de ambos países. e) Incentivos a la comercialización de circuitos binacionales: mecanismo integral de incentivos, coinversión y articulación público-privada, con dos líneas: (i) Red de 'Aliados Estratégicos del CBC' y Fondo Concursable de Comercialización —inspirado en la iniciativa de la Provincia de Salta—, que cofinancia mediante un fondo no reembolsable acciones de difusión, pauta publicitaria, rondas de negocios y famtrips, condicionadas a la inclusión efectiva de tramos binacionales en la oferta comercial de los operadores adheridos; y (ii) Mesas Binacionales de Operación Conjunta y Armonización, para consolidar itinerarios con operación turística integrada, en base a los circuitos y rutas propuestos. f) Carta de compromiso o acuerdo de uso y responsabilidad de la marca: instrumento suscripto por los territorios del corredor que homologue los criterios sobre quiénes y de qué manera pueden utilizar la marca del CBC en cada jurisdicción, incluidas las iniciativas de generación y uso de señalética. Su aplicación deberá respetar la identidad y la pertinencia local, en particular en los territorios donde las comunidades tienen una participación relevante y posiciones críticas respecto de las intervenciones que se realizan en ellos.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Estrategia de marca y promoción internacional del corredor (módulo de marca, promoción y comercialización internacional): USD 250.000 b. Incentivos a la comercialización de circuitos binacionales (módulo de diseño y estructuración de producto y comercialización): USD 100.000 Valorización total de referencia: USD 350.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Turismo y Deportes de Salta (INPROTUR Salta), Secretaría de Turismo de Jujuy, Gobiernos Regionales de Antofagasta y Tarapacá, SERNATUR Antofagasta y SERNATUR Tarapacá, bajo coordinación de la Mesa de Turismo de los Territorios Subnacionales del CBC
Comentarios	La marca del CBC se encuentra actualmente en desarrollo por la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales. Tambien es importante advertir que los países de Argentina y Chile cuentan con sus marcas país y también las provincias de Jujuy, Salta y la región de Antofagasta ya cuentan con marcas turísticas, para las cuales será relevante articular una arquitectura de marca. El acuerdo de uso y responsabilidad de la marca (componente f) adquiere especial relevancia en la Región de Antofagasta, donde los representantes de las comunidades indígenas han manifestado posiciones críticas frente a las intervenciones en su territorio; su elaboración debería contemplar instancias de diálogo con ellas. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC3, programa integrado «Marca y posicionamiento internacional del CBC»): BP3 – Constitución de la Vocación Turística y Elaboración de la Marca-Destino.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 4. Programa de Transformación Digital, Escalamiento e Internacionalización Comercial Binacional de Operadores Turísticos

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Programa de Transformación Digital, Escalamiento e Internacionalización Comercial Binacional de Operadores Turísticos
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo empresarial y fortalecimiento de MIPYMES / Transformación digital
Objetivo	Fortalecer la competitividad del tejido empresarial turístico del Corredor Bioceánico de Capricornio, en especial de aquellos emprendedores pequeños y emergentes, desarrollando capacidades en transformación digital, la adaptación de la oferta a estándares globales y su inserción efectiva en catálogos y canales de distribución comerciales internacionales, así como su integración a circuitos binacionales.
Descripción del proyecto	El proyecto responde a las asimetrías detectadas en el diagnóstico del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) en materia de madurez digital, posicionamiento internacional y presencia comercial de los prestadores locales. El programa busca fortalecer el tejido empresarial turístico del corredor mediante la generación de competencias comerciales avanzadas, la adopción tecnológica y el acceso efectivo a canales de distribución globales, así como una mayor penetración en mercados internacionales. Para abordar estas brechas, la iniciativa se despliega en tres componentes integrados: a) Internacionalización de la Oferta Turística: Desarrollo de capacidades técnicas y operativas para adaptar productos, experiencias y estándares de servicio a las demandas de los mercados emisores internacionales, incrementando la penetración y atracción del corredor en el exterior. b) Transformación y Adopción Digital: Implementación de herramientas tecnológicas y estrategias digitales avanzadas (gestión de reservas, comercio electrónico, marketing de precisión y analítica de datos) para reducir la brecha tecnológica entre los destinos del corredor. c) Escalamiento e Inserción Comercial Binacional: Acompañamiento técnico y rondas de negocios para lograr la incorporación efectiva de las empresas turísticas locales en OTAs (agencias de viaje en línea) y en los catálogos de comercialización de grandes operadores turísticos nacionales e internacionales.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Corto (0-1 año)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Capacitación y asistencia técnica a operadores turísticos, con programa de mentorías para empresas y emprendimientos adheridos (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores aplicado en los cuatro territorios: 4 × USD 120.000): USD 480.000 Valorización total de referencia: USD 480.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado

Campo	Contenido
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Secretaría de Turismo de Salta, INPROTUR Salta, Secretaría de Turismo de Jujuy, SERNATUR (Antofagasta y Tarapacá), con participación de los Gobiernos Regionales de Tarapacá y Antofagasta así como cámaras y gremios provinciales / regionales.
Comentarios	Los itinerarios base de los circuitos binacionales constituyen la plataforma sobre la cual se buscará la integración de las diferentes ofertas. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC4, programa integrado «Transformación digital e internacionalización comercial»): BP7 – componente digital del proyecto Estructuración de Productos Turísticos y Transformación Digital.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 5. Fortalecimiento de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Fortalecimiento de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Fortalecimiento institucional y gobernanza
Objetivo	Consolidar a la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del Corredor Bioceánico de Capricornio como el espacio de trabajo técnico e interregional que sostiene, coordina y da seguimiento a la ejecución de la cartera de proyectos turísticos del CBC, dotándola de la institucionalidad, los recursos y los instrumentos de gestión necesarios para operar de forma continua. Este proyecto esta vinculado a una de las estrategias identificadas como prioritarias en la hoja de ruta.
Descripción del proyecto	La Mesa de Turismo es referenciada como entidad responsable o coordinadora en la práctica de una gran parte de los proyectos de esta cartera. En ese marco se propone fortalecer la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC como una instancia de gobernanza binacional de doble nivel —político y técnico (Mesa Técnica)- con representación de igual jerarquía y poder de decisión entre los cuatro territorios. También diseñar un mecanismo de financiamiento de la Mesa, que permita a la Mesa contratar consultorías, estudios de prefactibilidad u otras piezas técnicas necesarias para avanzar proyectos "integrales" del CBC —es decir, aquellos que por su naturaleza binacional o multiterritorial no encajan en el presupuesto de un solo organismo.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Corto (0-1 año)
Presupuesto estimado (US$)	El proyecto no requiere presupuesto específico: se implementa con los recursos de coordinación ya existentes de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC. Valorización total de referencia: USD 0.
Fuente de financiamiento	Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa Ejecutiva de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC. Secretaría de Turismo de Salta, INPROTUR Salta, Secretaría de Turismo de Jujuy, SERNATUR (Antofagasta y Tarapacá), con participación de los Gobiernos Regionales de Tarapacá y Antofagasta

Campo	Contenido
Comentarios	La Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC es referenciada como entidad responsable o coordinadora en la práctica totalidad de los proyectos de esta cartera —incluida la propia marca del corredor—, pero no cuenta hoy con reglamento de funcionamiento, secretaría técnica ni recursos propios que sostengan su operación continua. Este proyecto responde a esa brecha institucional, identificada de forma transversal en el Diagnóstico Estratégico como condición necesaria para la ejecución efectiva de los proyectos de carácter binacional del corredor. Se distingue de la ficha 'Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del Corredor', que es un espacio de articulación con el sector privado, mientras que esta ficha corresponde a la instancia de gobernanza pública interjurisdiccional entre los cuatro territorios subnacionales. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC5, programa integrado «Gobernanza turística e institucionalidad»): BP1 – Institucionalización Municipal del Turismo y Asistencia Técnica a Gobiernos Locales.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 6. Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del Corredor Bioceánico de Capricornio

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del Corredor Bioceánico de Capricornio
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Articulación público-privada / Fortalecimiento institucional y gobernanza
Objetivo	Consolidar un espacio permanente de gobernanza público-privada e integración empresarial entre las cámaras, asociaciones y gremios turísticos del CBC, orientado a fortalecer las relaciones comerciales binacionales, validar la agenda estratégica del corredor e impulsar la competitividad del sector.
Descripción del proyecto	El proyecto responde al diagnóstico que advierte un rezago y una debilidad en los vínculos comerciales binacionales entre empresas turísticas del corredor. Aprovechando los avances en la gobernanza subnacional y la sólida institucionalidad que posee el sector privado en cada territorio, se propone la constitución de la Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del CBC a través de las siguientes líneas de acción: a) Mapeo y conformación de la Red Gremial Binacional: A partir del relevamiento de cámaras, asociaciones y redes de prestadores activas en los cuatro territorios, proceder a su convocatoria y conformación de una red gremial binacional capaz de sostener con autonomía la agenda comercial del corredor, validar y dar seguimiento de los planes de promoción regionales y de la cartera de proyectos del CBC. b) Fortalecimiento comercial — rondas de negocios B2B, intercambios comerciales y análisis conjuntos de mercados emisores prioritarios. c) Encuentros presenciales iniciales
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Corto (0-1 año)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Asistencia técnica para la formalización de la Red (módulo de asistencia técnica puntual o servicio normativo acotado): USD 10.000 b. Rondas de negocios y encuentros presenciales (módulo de encuentro presencial: USD 20.000 por encuentro × 2 encuentros anuales): USD 40.000 Valorización total de referencia: USD 50.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Cámaras y gremios turísticos de Jujuy, Salta, Antofagasta y Tarapacá, así como las Cámaras Nacionales.
Comentarios	Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC6, programa integrado «Gobernanza turística e institucionalidad»): BP1 – Institucionalización Municipal del Turismo y Asistencia Técnica a Gobiernos Locales.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 7. Programa de Fortalecimiento del Turismo Rural, Comunitario e Indígena del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Programa de Fortalecimiento del Turismo Rural, Comunitario e Indígena del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo empresarial y fortalecimiento de MIPYMES / Turismo comunitario
Objetivo	Fortalecer los emprendimientos de turismo rural, comunitario e indígena a lo largo del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) mediante el intercambio binacional de saberes y la consolidación de una oferta conjunta que facilite su posicionamiento e inserción en mercados internacionales.
Descripción del proyecto	El proyecto constituye una iniciativa binacional de desarrollo territorial orientada a potenciar el valor cultural y ambiental de las comunidades rurales e indígenas del corredor. Centrado en la colaboración transfronteriza y el acceso equitativo a la comercialización internacional, el programa se estructura en cuatro componentes prioritarios: - Eje Prioritario de Intercambio Binacional de Saberes y Pasantías: Puesta en marcha de un programa de intercambio entre comunidades y emprendimientos de los distintos países del corredor, así como un encuentro binacional. Este espacio de aprendizaje entre pares permitirá compartir modelos exitosos de autogestión, gobernanza comunitaria y preservación biocultural. Este eje puede finalizar con la creación de una Red de Embajadores Comunitarios, un grupo de líderes o voceros comunitarios, que lideren, representen y potencien la red transfronteriza en distintos foros. - Estrategia y Acceso Conjunto a Mercados Internacionales: Integración de la oferta comunitaria (a partir de sumarse a la propuesta de circuitos turísticos binacionales o generando sus propias rutas) en una narrativa común del corredor para su posicionamiento en canales internacionales especializados en turismo vivencial, responsable y de naturaleza. Incluye la participación coordinada en ferias internacionales y otras estrategias. - Capacitación Técnica y Formación Adaptada: Programas de formación en diseño de experiencias auténticas, estándares de servicio internacionales, habilidades digitales y gestión turística con pertinencia cultural y ambiental.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Encuentros de intercambio entre emprendimientos de turismo rural, comunitario e indígena (módulo de encuentro presencial —alojamiento, sede y alimentación para 40 personas durante dos noches—: USD 20.000 por encuentro × 4 encuentros, uno por territorio): USD 80.000 b. Asistencia técnica y fortalecimiento de emprendimientos comunitarios (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores aplicado en los cuatro territorios: 4 × USD 120.000): USD 480.000 Valorización total de referencia: USD 560.000.

Campo	Contenido
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC. Secretaría de Turismo de Salta, INPROTUR Salta, Secretaría de Turismo de Jujuy, SERNATUR (Antofagasta y Tarapacá), con participación de los Gobiernos Regionales de Tarapacá y Antofagasta
Comentarios	La Provincia de Jujuy cuenta con una plataforma Turismo Rural Jujuy con más de 120 emprendimientos organizados en redes territoriales (Puna, Quebrada, Yungas); dos localidades ya distinguidas por ONU Turismo como Best Tourism Village (Caspalá 2021, Maimará 2025). Salta, otra provincia pionera en la temática, ha visto reducirse los emprendimientos habilitados y se encuentra en proceso de actualización normativa. En Antofagasta 14 comunidades atacameñas sobre el Área de Desarrollo Indígena "Atacama La Grande", con 8 asociaciones reconocidas que administran sitios turísticos y el PTI Turismo Sostenible SPA como gobernanza público-privada-comunitaria de referencia. Por su parte Tarapacá cuenta con una Mesa de Turismo Indígena (MTI) dedicada a comunidades aymara y quechua, con Colchane, Camiña, Huara y Pozo Almonte y una Politica de Turismo Indigena. En resumen existe oferta comunitaria activa en los cuatro territorios, pero fragmentada por jurisdicción, sin mecanismo binacional que las conecte entre sí y con brechas de comercialización y estructuración de productos. Se advierte un gran potencial en el intercambio y la mayor vinculación de los emprendimientos a nivel binacional. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC7, programa integrado «Turismo comunitario, indígena y patrimonio cultural»): BP10 – Centros de Comercialización del Artesanado y Cadenas Artesanales; BP15 – Etnoturismo Indígena y Quilombola con Protocolos Éticos.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 8. Implementación del Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en Destinos Consolidados del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Implementación del Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en Destinos Consolidados del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Innovación, tecnología y transformación digital
Objetivo	Impulsar la transformación de los destinos más consolidados y nodos urbanos del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) mediante la implementación del modelo DTI, optimizando su gestión a través de la tecnología, la sostenibilidad, la accesibilidad y la gobernanza de datos.
Descripción del proyecto	El proyecto plantea la modernización y fortalecimiento de la gestión turística en los principales centros urbanos y destinos turísticos consolidados del corredor mediante una estrategia orientada a la inteligencia territorial: (i) Diagnóstico y Hoja de Ruta DTI: Evaluación de la madurez tecnológica e institucional y diseño de planes de acción personalizados e indicadores comparables para las ciudades capitales y destinos consolidados del corredor (Salta, San Salvador de Jujuy, Antofagasta, Calama, Iquique y San Pedro de Atacama, entre otros), (ii) Fondo de Financiamiento para Proyectos Prioritarios con enfoque en accesibilidad universal: Asignación de recursos y fondos específicos para la ejecución de iniciativas clave identificadas en las hojas de ruta y (iii) Articulación con el Observatorio Turístico Binacional: Integración y provisión continua de datos urbanos y de demanda al sistema de inteligencia territorial del CBC (Dashbord binacional), fortaleciendo la toma de decisiones informada y la planificación coordinada a nivel transfronterizo.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Diagnóstico y hoja de ruta DTI (USD 20.000 por destino × 8 destinos consolidados; referencia tomada de la implementación del modelo DTI en España): USD 160.000 b. Fondo de proyectos prioritarios (USD 175.000 por destino × 8 destinos): USD 1.400.000 Valorización total de referencia: USD 1.560.000.
Fuente de financiamiento	Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC. Secretaría de Turismo de Salta, INPROTUR Salta, Secretaría de Turismo de Jujuy, SERNATUR (Antofagasta y Tarapacá), con participación de los Gobiernos Regionales de Tarapacá y Antofagasta

Campo	Contenido
Comentarios	Modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI): El modelo DTI es una metodología de gestión pública y consolidación territorial desarrollada originariamente por SEGITTUR (España) y adaptada por la Red Iberoamericana de DTIs y diversos organismos de la región. Se define como un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la accesibilidad para todos, potencia la integración y calidad de la experiencia del visitante y mejora la calidad de vida de los residentes. El modelo articula la gestión turística bajo 5 ejes fundamentales: (i) Gobernanza, (ii) Innovación, (iii) Tecnología, (iv) Sostenibilidad y (v) Accesibilidad. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC8, programa integrado «Calidad, sostenibilidad y gestión de destinos»): sin proyecto autónomo equivalente en ese tramo; comparte el programa integrado con el AC12.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 9. Observatorio Turístico Binacional del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Observatorio Turístico Binacional del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Inteligencia de mercados
Objetivo	Diseñar la metodología e implementar la primera etapa de un sistema permanente de inteligencia turística binacional que sustente la toma de decisiones estratégicas de los sectores público y privado del corredor.
Descripción del proyecto	El proyecto aborda la carencia actual de información integrada en el corredor mediante la creación de un sistema de inteligencia territorial transfronterizo estructurado en las siguientes fases y líneas de acción: (i) Diseño Metodológico y Fuentes de Datos: Definición de un marco metodológico común para la medición del turismo en el CBC. Incluye la homologación de las estadísticas de demanda entre los sistemas de Argentina y Chile, asegurando la comparabilidad y calidad de las métricas, pero también la identificación de fuentes oficiales con soluciones de Big Data de ambos países en los niveles nacionales y subnacionales que puedan nutrir el observatorio. (ii) Sistema Inteligente de Incorporación de Datos: Desarrollo de la arquitectura tecnológica e infraestructura de datos para la captura, procesamiento y automatización de fuentes diversas y que se exprese en un Dashboard Binacional que ofrezca reportes ejecutivos, alertas de demanda y tableros interactivos para el sector público, empresas y PyMEs del sector. (iii) Prospectiva de Mercados: Realización de estudios sobre tendencias y demanda en mercados emisores prioritarios para el CBC y (iv) Gobernanza: Firma de convenios binacional que formalice el intercambio continuo de información entre organismos públicos, institutos de estadística y el sector privado.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Diseño metodológico del Observatorio (módulo de diseño metodológico o estudio específico): USD 50.000 b. Sistema de información y tablero de indicadores (módulo de sistema de información o plataforma digital): USD 50.000 c. Prospectiva de mercados (módulo de diseño metodológico o estudio específico): USD 50.000 Valorización total de referencia: USD 150.000.
Fuente de financiamiento	Público nacional / Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de Gobiernos Subnacionales del CBC, Secretaría de Turismo y Deportes de la Nación (Argentina) y Subsecretaría de Turismo de Chile, en articulación con SERNATUR, y organismos de turismo de Salta y Jujuy, además de los organismos de estadísticas a nivel nacional y subnacional.

Campo	Contenido
Comentarios	El proyecto responde directamente a una brecha identificada como "Ausencia de un sistema de inteligencia turística binacional" que señala la dificultad para acceder a datos consistentes de movimiento de frontera y flujos binacionales, la escasez de estadísticas homologables entre provincias/regiones, y la ausencia de un sistema permanente de inteligencia turística —observatorio, prospectiva de mercados, monitoreo continuo— que sostenga decisiones de mediano plazo. Por otro lado en las Provincias Argentinas se evidencia la ausencia de tableros públicos con información provincial/regional y la discontinuidad de los relevamientos puntuales, lo que fundamenta en particular los componentes (ii) dashboard y (iv) gobernanza de continuidad. La asimetría de origen entre ambos países confirma que el problema no es solo metodológico y el diagnóstico que identifica "vacíos en las estadísticas regionales vinculadas a oferta, demanda, capital humano e informalidad" — justificando el trabajo de homologación de fuentes previsto en el componente (i). Como antecedente de viabilidad, la Política Regional de Turismo de Tarapacá ya formalizó este mismo objetivo a escala subnacional (Eje 6, "Inteligencia Turística y Sistemas de Información Regional"), incluyendo la creación de un Observatorio Regional propio — lo que sugiere una oportunidad de integración vs construcción en paralelo. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC9, programa integrado «Inteligencia turística y observatorio del CBC»): BP12 – Observatorio Binacional del Turismo de la Ruta Bioceánica; BP14 – Sistema Local de Inteligencia Turística y Estadística del Chaco.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 10. Programa de Fortalecimiento de la Gestión Municipal Turística y Destinos Emergentes del Corredor

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Programa de Fortalecimiento de la Gestión Municipal Turística y Destinos Emergentes del Corredor
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Fortalecimiento institucional y gobernanza / Desarrollo de producto y diversificación
Objetivo	Fortalecer la capacidad técnica e institucional de la gestión municipal en turismo y habilitar a localidades emergentes del Corredor Bioceánico de Capricornio para su integración efectiva y sostenible a los circuitos turísticos binacionales.
Descripción del proyecto	El programa se estructura en dos ejes complementarios orientados a consolidar la gobernanza turística a escala local: Eje 1: Fortalecimiento de Capacidades Institucionales en Casos Piloto Implementación de un plan integral de asistencia técnica, capacitación y transferencia de herramientas de gestión turística municipal en las localidades que se "adhieran" al programa que estará especialmente dirigido a localidades más próximas a áreas de frontera y/o con mayor vinculación al CBC. Este eje se enfoca en el fortalecimiento de los equipos técnicos locales, la mejora de la regulación y normativa municipal turística y de ordenamiento territorial así como la gestión en áreas críticas como turismo, cultura y ambiente. Eje 2: Fondo Concursable de Incentivos para Destinos Emergentes del CBC Creación de un fondo de cofinanciamiento concursable orientado a municipios y localidades emergentes del corredor, inspirado en metodologías globales de desarrollo rural y local como "Best Tourism Villages" (ONU Turismo) y "Pueblos Mágicos". Este fondo financiará proyectos municipales en las siguientes líneas de acción prioritarias: (i) Planificación turística local y gobernanza: Planes de desarrollo turístico municipal y estrategias de sostenibilidad, (ii) Sensibilización y capacitación comunitaria: Programas de cultura turística, hospitalidad y apoyo al emprendimiento local, (iii) Ordenamiento territorial y normativo: Instrumentos de zonificación, regulación del suelo e impacto ambiental y (iv) Embellecimiento urbano y paisajístico: Intervenciones estratégicas en espacio público, señalética turística accesible, y soluciones sostenibles en la puesta en valor del patrimonio arquitectónico e hitos paisajísticos.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Asistencia técnica y transferencia de herramientas de gestión turística municipal (USD 20.000 por municipio × 12 municipios piloto, 3 por territorio; referencia: fondo SUBDERE de gestión municipal, aproximadamente USD 17.000 por comuna): USD 240.000 b. Fondo concursable de incentivos para destinos emergentes (monto total del fondo, a distribuir por concurso entre los cuatro territorios; referencia: fondo SUBDERE-Turismo de ZOIT, aproximadamente USD 63.000 por proyecto, como techo por proyecto de la línea de embellecimiento urbano y patrimonio): USD 250.000 Valorización total de referencia: USD 490.000.
Fuente de financiamiento	Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del Corredor Bioceánico de Capricornio. Municipios del corredor, con acompañamiento técnico de los organismos provinciales/regionales de turismo
Comentarios	Los gobiernos locales desempeñan un rol estratégico y determinante en la gobernanza territorial, el ordenamiento del espacio público, la preservación del patrimonio y el embellecimiento de los entornos urbanos y paisajísticos. En el marco del Corredor Bioceánico de Capricornio, los municipios son la primera línea de gestión para garantizar que el desarrollo turístico sea sostenible, ordenado y beneficioso para las comunidades receptoras. Asimismo, la identificación de zonas y localidades emergentes en estos territorios prioritarios representa una oportunidad clave para diversificar la oferta turística, descongestionar los polos tradicionales y distribuir de manera equitativa los beneficios socioeconómicos del turismo. Fortalecer la capacidad institucional local es, por tanto, una condición indispensable para que estas comunidades puedan integrarse de manera competitiva y con estándares adecuados a los circuitos turísticos binacionales e internacionales. En Chile, SUBDERE y la Subsecretaría de Turismo ya operan un mecanismo directamente análogo al Eje 2 de este programa: un fondo concursable que financia proyectos de mejoramiento urbano en Zonas de Interés Turístico (ZOIT) por un monto de referencia de $60 millones CLP por proyecto (≈USD 63.000), con cupos limitados asignados por concurso entre las comunas con ZOIT vigente. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC10, programa integrado «Gobernanza turística e institucionalidad»): BP1 – Institucionalización Municipal del Turismo y Asistencia Técnica a Gobiernos Locales.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 11. Programa de Desarrollo y Comercialización de las Rutas de Experiencias Temáticas del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Programa de Desarrollo y Comercialización de las Rutas de Experiencias Temáticas del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación
Objetivo	Dotar al corredor de una metodología común y replicable para desarrollar, validar y comercializar sus rutas de experiencias temáticas, aplicándola de forma secuencial a las seis rutas binacionales del portafolio de circuitos, comenzando por la Ruta Binacional de los Cielos Andinos como ruta piloto.
Descripción del proyecto	El proyecto establece un procedimiento común para convertir las rutas de experiencias temáticas del portafolio de circuitos del CBC en productos verificados y comercializables, y lo aplica de forma secuencial a las seis rutas binacionales, comenzando por la Ruta Binacional de los Cielos Andinos como ruta piloto. Se estructura en ocho componentes: (i) Validación de la propuesta inicial: presentación del portafolio de circuitos y rutas ante los organismos de turismo de los cuatro territorios, con ajuste de trazados, denominaciones y alcance, y validación final en la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales. (ii) Relevamiento y levantamiento de información de base: verificación en terreno de cada ruta —estado de accesos y señalización, prestadores habilitados, capacidad de alojamiento, servicios de apoyo, georreferenciación de los trazados y producción de banco de imágenes y material audiovisual—, orientada a cerrar los vacíos de información consignados en las fichas de circuito. (iii) Espacios de validación y presentación con municipios y operadores: talleres territoriales con municipios, cámaras y operadores receptivos, para ajustar el producto con quienes lo operan y generar compromisos de comercialización, con un encuentro binacional de cierre. (iv) Armado de catálogos: catálogo comercial por ruta en español, inglés y portugués, con ficha técnica para operadores —itinerario, temporalidad, requerimientos operativos y contactos—, en versión impresa y digital, e integración a la plataforma digital del corredor. (v) Oferta académica específica: programa binacional de especialización en la temática de cada ruta, con las universidades del corredor, dirigido a guías y operadores. (vi) Protocolo metodológico replicable: documentación del procedimiento como manual de aplicación, de modo que la réplica a las rutas siguientes no requiera una nueva consultoría. (vii) Validación comercial con la demanda: viajes de familiarización y de prensa con operadores y medios de los mercados prioritarios sobre la ruta piloto ya catalogada. (viii) Operación piloto asistida: acompañamiento a la primera temporada de operación de la ruta piloto, con registro sistemático de resultados como insumo de ajuste del protocolo.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Validación de la propuesta inicial con los organismos de turismo de los cuatro territorios (módulo de encuentro presencial: USD 20.000 × 1 instancia binacional): USD 20.000 b. Relevamiento y levantamiento de información de base de las rutas (módulo de diseño metodológico o estudio específico: USD 50.000 por ruta × 6 rutas): USD 300.000 c. Espacios de validación y presentación con municipios y operadores (módulo de encuentro presencial: USD 20.000 × 5 encuentros, cuatro territoriales y uno binacional de cierre): USD 100.000 d. Armado de los catálogos comerciales de las rutas (módulo de diseño y estructuración de producto y comercialización): USD 100.000 e. Oferta académica específica en la temática de las rutas (módulo de formación con certificación o acreditación): USD 30.000 f. Protocolo metodológico replicable (módulo de diseño metodológico o estudio específico): USD 50.000 g. Validación comercial con la demanda mediante viajes de familiarización y de prensa sobre la ruta piloto (módulo de diseño y estructuración de producto y comercialización): USD 100.000 h. Operación piloto asistida durante la primera temporada (módulo de asistencia técnica puntual o servicio normativo acotado: USD 10.000 × 4 territorios): USD 40.000 Valorización total de referencia: USD 740.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC, con los organismos provinciales y regionales de turismo de los cuatro territorios, en articulación con municipios, cámaras y operadores receptivos y las universidades del corredor
Comentarios	Esta ficha reemplaza a la anterior Red de Astroturismo del Corredor. Sus componentes de infraestructura pública de observación, certificación Starlight y ordenanzas municipales de protección del cielo nocturno quedaron excluidos por decisión de la consultoría y no fueron reasignados a otra ficha de la cartera. El astroturismo se conserva como temática de la ruta piloto, la Ruta Binacional de los Cielos Andinos (B.1 del portafolio de circuitos). El programa instrumenta el conjunto del portafolio de Rutas de Experiencias Temáticas del CBC (B.1 a B.6) y los circuitos seccionales que las alimentan. Se articula con la ficha N.° 3 (Estrategia de Marca y Promoción Internacional del CBC), que aporta el marco de promoción, y con la N.° 15 (Plataforma Digital e Integración Comercial de Circuitos), que aloja la versión digital de los catálogos. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC11, programa integrado «Desarrollo de productos y experiencias turísticas»): BP7 – Estructuración de Productos Turísticos y Transformación Digital; BP9 – Rutas Fluviales y Experiencias en las Márgenes del Río Paraguay; BP13 – Ruta de los Fortines y Turismo de Memoria de la Guerra del Chaco.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 12. Programa de apoyo a la sostenibilidad turística e identificación de indicadores claves del Corredor a nivel turístico

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Programa de apoyo a la sostenibilidad turística e identificación de indicadores claves del Corredor a nivel turístico
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Sostenibilidad
Objetivo	Fortalecer la calidad y sostenibilidad de la oferta turística y monitorear los impactos ambientales y sociales del corredor.
Descripción del proyecto	Eje A: Marco Conceptual y Guía de Evaluación de Proyectos Turísticos: Establece criterios técnicos homogéneos para que las inversiones públicas, privadas y comunitarias en el CBC adopten estándares de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social que se expresan en una Guía de Criterios Turísticos -Sustentables para el CBC y una matriz para verificar aspectos como la disponibilidad de recursos como agua y luz, la gestión de los residuos, integración comunitaria, la consulta a pueblos originarios, entre otros. Eje B: Sistema de Indicadores Clave para la Mesa de Turismo: Se propone la definición de un paquete sintético y realizable de indicadores ambientales, sectoriales y económicos para que los gobiernos subnacionales recopilen los datos y la Mesa de Turismo del CBC los consolide como insumo para el monitoreo ambiental global del corredor. Eje C: Certificación Green Destinations en Destinos Adicionales del CBC — Replicación del proceso que llevó a San Pedro de Atacama a convertirse en el primer destino turístico de Chile certificado internacionalmente (Green Destinations, nivel Plata, 2026) en cuatro destinos adicionales del corredor (uno por territorio), mediante asistencia técnica para el diagnóstico de línea base, apoyo institucional para el cumplimiento de los criterios del estándar (gobernanza, conservación, acción climática, patrimonio cultural, bienestar social y desarrollo económico sostenible) y cobertura de los costos de auditoría y certificación.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Marco conceptual y guía de sostenibilidad turística del corredor (módulo de diseño metodológico o estudio específico): USD 50.000 b. Sistema de indicadores homologados entre los cuatro territorios (módulo de diseño metodológico o estudio específico): USD 50.000 c. Certificación Green Destinations (USD 35.000 por destino, aplicación, auditoría y asistencia × 4 destinos): USD 140.000 Valorización total de referencia: USD 240.000.
Fuente de financiamiento	Público nacional / Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado

Campo	Contenido
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del Corredor Bioceánico de Capricornio, Organismos de Ambiente y Turismo de los cuatro territorios
Comentarios	Aunque en el Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC) existen valiosos antecedentes e iniciativas ambientales y sociales aisladas, ninguno de los gobiernos subnacionales cuenta con un eje estructurado e integral de sostenibilidad turística traducido en herramientas de gestión concretas. Dado que un sistema integral de monitoreo resulta inviable de ejecutar en esta etapa, el programa propone un abordaje realista y progresivo: realizar un diagnóstico situacional, ejecutar proyectos prioritarios de impacto directo y definir un set de indicadores clave de turismo sostenible que nutran al sistema general de monitoreo ambiental del CBC a través de la Mesa de Turismo. El presente proyecto se vincula con los programas territoriales de sostenibilidad desarrollados en la cartera subnacional.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 13. Plan de Conectividad Aérea y Terrestre Binacional del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Plan de Conectividad Aérea y Terrestre Binacional del CBC
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Infraestructura y conectividad
Objetivo	Realizar un estudio técnico y comercial de factibilidad para el diseño y optimización de rutas aéreas intrarregionales e internacionales, que permita mejorar la conectividad interna entre los nodos principales del Corredor Bioceánico de Capricornio (CBC), fortalecer los flujos turísticos y comerciales locales, y potenciar la captación de mercados emisores de larga distancia aprovechando la infraestructura aeroportuaria existente.
Descripción del proyecto	El proyecto aborda de manera integral la brecha de conectividad física del corredor a través de las siguientes líneas de acción: - Estudio de Factibilidad de Rutas Aéreas Intrarregionales: Evaluación de demanda, modelos operativos y viabilidad financiera para la apertura de nuevas rutas directas entre los aeropuertos clave del CBC (Salta, Jujuy, Antofagasta, Calama e Iquique) así como un estudio de Estrategias de Conexión Internacional Conjunta, para potenciar las conexiones internacionales existentes y desarrollar nuevas frecuencias hacia mercados de larga distancia y articulando promociones conjuntas con los aeropuertos del norte de Chile y Argentina. - Evaluación de la Conectividad Terrestre de Pasajeros: Diagnóstico y propuesta de optimización de las rutas terrestres internacionales de larga distancia y servicios de transporte de pasajeros a través de los pasos fronterizos del corredor (Sico y Jama), evaluando frecuencias, tiempos de procesamiento fronterizo y calidad del servicio.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Corto (0-1 año)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Estudio de factibilidad de rutas aéreas intrarregionales (módulo de estudio o plan técnico acotado): USD 50.000 b. Estudio de conectividad terrestre de pasajeros (módulo de diseño metodológico o estudio específico): USD 50.000 Valorización total de referencia: USD 100.000.
Fuente de financiamiento	Público nacional / Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC. Argentina: ANAC, ORSNA, Aeropuertos Argentina, Ministerio de Transporte de la Nación, Ministerio de Turismo y Deportes de Salta, Secretaría de Turismo y Deportes de Jujuy. Chile: DGAC, JAC, concesionarios aeroportuarios (Antofagasta, Calama, Iquique), MTT, SERNATUR, SNA, PDI.

Campo	Contenido
Comentarios	A pesar del crecimiento constante del tráfico aeroportuario en las ciudades cabecera del CBC, la conectividad aérea interna binacional constituye una de las principales debilidades del territorio. Superar la fragmentación de las conexiones actuales no solo facilitará la llegada e itinerario de turistas internacionales de larga distancia que buscan recorrer la región de manera integrada, sino que además afianzará el flujo turístico, comercial y corporativo interno entre Salta, Jujuy y el Norte Grande de Chile. Una ventaja competitiva fundamental del corredor es la sólida y moderna infraestructura de sus aeropuertos principales (Salta, Jujuy, Calama e Iquique), los cuales han sido objeto de importantes inversiones en ampliación y modernización de terminales. El proyecto busca poner en valor esta capacidad instalada subutilizada en términos de conexiones transversales intrarregionales. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC13, programa integrado «Conectividad y facilitación del viaje»): BP8 – Programa de Estructuración y Acceso Fluvial.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 14. Régimen Especial de Transporte Turístico Internacional del Corredor Bioceánico de Capricornio

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Régimen Especial de Transporte Turístico Internacional del Corredor Bioceánico de Capricornio
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Fortalecimiento institucional y gobernanza; Desarrollo de cadenas de valor y acceso a mercados; Articulación público-privada
Objetivo	Facilitar el transporte turístico terrestre internacional entre el Norte Argentino y el norte de Chile, promoviendo circuitos turísticos binacionales y aprovechando las oportunidades de integración y desarrollo turístico generadas por el Corredor Bioceánico de Capricornio.
Descripción del proyecto	Diseño e implementación de un régimen especial para el transporte turístico terrestre internacional en el ámbito del Corredor Bioceánico de Capricornio, tomando como antecedente el régimen especial del Corredor de los Lagos. Se busca simplificar y coordinar los procedimientos de habilitación y circulación de operadores turísticos entre Argentina y Chile, en articulación con el Acuerdo sobre Transporte Internacional Terrestre (ATIT) y la normativa bilateral vigente, favoreciendo nuevos circuitos binacionales y una mayor integración de la oferta turística de Jujuy, Salta, Antofagasta y Tarapacá. En ese marco se busca también que el régimen de respuesta, además, a la necesidad de una ventanilla o corredor preferencial para operadores y vehículos turísticos acreditados en los pasos de altura.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Consultoría para la elaboración del proyecto normativo del régimen especial, a debatir en la Mesa de Turismo junto a cámaras y gremios y a proponer ante legisladores y autoridades nacionales (módulo de asistencia técnica puntual o servicio normativo acotado): USD 10.000 Valorización total de referencia: USD 10.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de Territorios Sibnacionales del CBC. Autoridades nacionales de transporte y relaciones exteriores, Gobiernos de Jujuy y Salta y autoridades regionales de Antofagasta y Tarapacá. Legisladores.
Comentarios	El proyecto toma como antecedente la Ley 26.654 y su modificatoria 26.902, que establecen un régimen especial de transporte turístico para el Corredor de los Lagos Andino Patagónicos y permiten los viajes internacionales de turismo a Chile. Se propone analizar la adaptación de este antecedente al Corredor Bioceánico de Capricornio,

Campo	Contenido
	particularmente para los pasos de Jama y Sico. El régimen deberá ser compatible con el ATIT y requerirá coordinación bilateral Argentina-Chile. El régimen general del transporte terrestre internacional entre Argentina y Chile se estructura fundamentalmente sobre el Acuerdo sobre Transporte Internacional Terrestre (ATIT), instrumento internacional celebrado en el marco de la ALADI. En Argentina, el ATIT fue puesto en vigencia mediante la Resolución N.º 263/1990 de la entonces Subsecretaría de Transporte. Dentro del régimen internacional adquieren particular relevancia los servicios ocasionales en circuito cerrado, por tratarse de una modalidad especialmente vinculada con la actividad turística. El régimen contempla procedimientos específicos para los permisos ocasionales de transporte internacional de pasajeros en circuito cerrado. El antecedente jurídico de mayor relevancia para el análisis de una eventual regulación especial para el Norte Argentino es la Ley N.º 26.654, que estableció un régimen especial para los servicios de transporte turístico terrestre en el Corredor de los Lagos Andino Patagónicos. La disposición central para el presente análisis es la que establece que los permisos otorgados bajo este régimen habilitan a los operadores a prestar servicios de viajes internacionales de turismo a Chile, con origen en el Corredor de los Lagos Andino Patagónicos, a través de los pasos transfronterizos existentes en dicho corredor. La ley fue sancionada en el año 2010 y posteriormente modificada por la Ley N.º 26.902, de 2013. El régimen especial contempla diferentes modalidades de servicios turísticos. Entre ellas se encuentra el circuito cerrado, entendido como aquel servicio en el cual el vehículo permanece a disposición exclusiva de los pasajeros durante el viaje, desde la salida hasta el regreso al punto de origen. También se contemplan servicios de carácter receptivo y otras modalidades vinculadas con la actividad turística. La cuestión internacional excede las competencias provinciales y se encuentra vinculada con el régimen nacional y con los compromisos internacionales asumidos por Argentina. El antecedente de los Lagos demuestra que existe una alternativa jurídicamente posible: el Congreso Nacional puede establecer un régimen especial para un corredor turístico determinado, articulando la regulación nacional del transporte con las necesidades de integración turística y fronteriza de una región. En consecuencia, un eventual régimen para el Norte debería tener carácter nacional, aun cuando su implementación requiera la participación de las provincias involucradas. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC14, programa integrado «Conectividad y facilitación del viaje»): BP8 – Programa de Estructuración y Acceso Fluvial.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 15. Plataforma Digital e Integración Comercial de Circuitos Turísticos del CBC (App y Landing del Corredor)

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Plataforma Digital e Integración Comercial de Circuitos Turísticos del CBC (App y Landing del Corredor)
País	Argentina - Chile
Unidad subnacional	Jujuy - Salta - Antofagasta - Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Innovación, tecnología y transformación digital / Comercialización
Objetivo	Proveer una plataforma digital única (aplicación móvil y sitio web) que presente el portafolio de circuitos y rutas binacionales del CBC ya validados, habilite la adhesión comercial de operadores turísticos de ambos países a dichos circuitos —por tramos o eslabones específicos o en formato integral— y concentre en un solo punto de acceso el direccionamiento a fuentes oficiales de información relevante, diferenciado para dos perfiles de usuario: el viajero y el operador turístico.
Descripción del proyecto	El proyecto se estructura en cinco componentes: a) Catálogo digital de Circuitos y Rutas Binacionales (una vez que hayan sido validados, permitiendo la incorporación de nuevas iniciativas) b) Módulo de Adhesión de Operadores: mecanismo de registro y validación de operadores turísticos de Argentina y Chile que deseen comercializar un circuito, de forma integral (paquete completo) o por tramo/eslabón específico, con perfil de empresa, servicios ofrecidos y zona de cobertura. c) Landing de Marca del Corredor: sitio web público, articulado con la Estrategia de Marca y Promoción Internacional del CBC (proyecto N.°3), que presenta el portafolio de circuitos al público final y redirige a los canales de venta de los operadores adheridos. d) Centro de Enlaces y Direccionamiento a Fuentes Oficiales, diferenciado por perfil de usuario: para el viajero, enlaces directos a los sitios oficiales de turismo de cada provincia/región (INPROTUR Salta, Secretaría de Turismo de Jujuy, SERNATUR Antofagasta, SERNATUR Tarapacá), estado de los pasos fronterizos de Jama y Sico, pronóstico del tiempo en los tramos del corredor, estado de rutas y cortes viales, y requisitos migratorios y aduaneros vigentes para el cruce binacional; para el operador turístico, enlaces a trámites de habilitación y registro de prestadores en cada jurisdicción, normativa de transporte turístico internacional y canales de contacto de los organismos de turismo provinciales/regionales y de la Mesa de Cámaras y Gremios. e) Tablero de comercialización: integración con el Observatorio Turístico Binacional para reportar métricas de adhesión de operadores y estadísticas de navegación del sitio.
Ámbito	Binacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Desarrollo de la plataforma del corredor —aplicación móvil, landing y módulo de adhesión de prestadores— (módulo de plataforma o ecosistema digital): USD 50.000 Valorización total de referencia: USD 50.000.

Campo	Contenido
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC, en coordinación con la Mesa de Cámaras y Gremios Turísticos del CBC (N.°6) para la validación comercial de los operadores adheridos.
Comentarios	Será muy relevante que el acceso a este sitio o app este disponible en la señalización turística, aeropuertos, terminales y pasos fronterizos del CBC así como en los puntos y oficinas de informes, además de que los sitios oficiales de gobierno y de los gremios privados también permitan acceder al mismo. Referencia cruzada con el tramo Brasil-Paraguay (AC15, programa integrado «Plataforma integrada de comercialización turística»): BP11 – Plataforma Integrada de Comercialización y Voucher Digital.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 16. Programa Integral de Transformación, Inteligencia, Competitividad y Sostenibilidad Turística del Corredor Bioceánico de Capricornio

Campo	Contenido
Código de proyecto	
Nombre	Programa Integral de Transformación, Inteligencia, Competitividad y Sostenibilidad Turística del Corredor Bioceánico de Capricornio
País	Argentina y Chile
Unidad subnacional	Salta y Jujuy (Argentina); Antofagasta y Tarapacá (Chile)
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Fortalecimiento de capacidades y asistencia técnica; Innovación, tecnología y transformación digital; Sostenibilidad y resiliencia.
Objetivo	Fortalecer la competitividad, la sostenibilidad y la integración regional del sector turístico de los cuatro territorios del Corredor Bioceánico de Capricornio mediante el desarrollo del capital humano, la formalización de prestadores, la inteligencia turística, la gestión sustentable y la transformación digital e innovación, preparando a los destinos para aprovechar las oportunidades derivadas del corredor.

Campo	Contenido
Descripción del proyecto	El programa unifica en una sola ficha los cuatro programas integrales antes formulados de forma separada para Salta, Jujuy, Antofagasta y Tarapacá, cuyos objetivos y componentes eran equivalentes. Se estructura en cuatro componentes comunes, cada uno anclado en el instrumento de planificación vigente de cada territorio: a) Capital humano y formalización: capacitación técnica en perfiles especializados y formalización de prestadores, con foco en las regiones del interior y en las microempresas familiares de alta informalidad. Se ancla en la Estrategia de Desarrollo del Plan LIDERAR y la plataforma turismotecapacita.com en Salta; en la Estrategia 4 del PETS Jujuy 2035 y en la plataforma Turismo Rural Jujuy; en la extensión de la oferta formativa técnico-profesional de Calama y San Pedro de Atacama en Antofagasta; y en el Eje 3 de la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034. b) Inteligencia turística y mercados: estudio permanente del perfil del visitante, estadísticas públicas de acceso abierto, segmentación de mercados con estrategias diferenciadas —incluido el turismo binacional— y monitoreo de indicadores comerciales y de posicionamiento digital. Se ancla en la actualización de la Estrategia de Mercado del Plan LIDERAR en Salta; en el Eje 5 del PETS Jujuy 2035; en los ejes 5 y 6 del Brief Diagnóstico de Antofagasta; y en el Eje 6 de la Política Regional de Turismo de Tarapacá. c) Gestión sustentable: extensión de las certificaciones de sostenibilidad, medición y reducción de huella, gestión ambiental en áreas protegidas de alto valor turístico y apoyo técnico a los municipios impactados por el crecimiento del tránsito del corredor. Se ancla en el Programa Salta Destino Sostenible y en el Plan de Cambio Climático de Salta; en Jujuy Verde: Carbono Neutral 2050 (Decreto 1169/2016); en la gobernanza comunitaria y de conservación de Antofagasta; y en el Eje 7 de la Política Regional de Turismo de Tarapacá. d) Innovación y transformación digital: adopción de herramientas de gestión digital y comercialización en línea por parte de las MIPYMES turísticas, conectividad digital en tramos críticos y herramientas digitales de gestión de destino. Se ancla en los proyectos de digitalización del PM-CBC (PMCBC-RS-098 y PMCBC-RS-099) en Salta; en el Eje 3.3 del PETS Jujuy 2035; y en el Proyecto de Conectividad Digital Integrada para el Turismo y el Programa de Transformación Digital Turística Inteligente de la Política Regional de Turismo de Tarapacá.
Ámbito	Binacional, con implementación en los cuatro territorios subnacionales
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Capital humano y formalización (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores aplicado en los cuatro territorios: 4 × USD 120.000): USD 480.000 b. Inteligencia turística y mercados (módulo de estudio o plan técnico acotado aplicado en los cuatro territorios: 4 × USD 50.000): USD 200.000 c. Gestión sustentable (módulo de plan territorial con protocolos e indicadores aplicado en los cuatro territorios: 4 × USD 120.000): USD 480.000 d. Innovación y transformación digital (módulo de sistema de información o plataforma digital aplicado en los cuatro territorios: 4 × USD 50.000): USD 200.000 Valorización total de referencia: USD 1.360.000.
Fuente de financiamiento	Público subnacional

Campo	Contenido
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta; Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy; SERNATUR y Gobierno Regional de Antofagasta; SERNATUR y Gobierno Regional de Tarapacá. Coordinación a través de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC.
Comentarios	Responde a que las brechas de capital humano, inteligencia de mercados, sostenibilidad y transformación digital son comunes a los cuatro territorios del corredor y admiten un diseño único con implementación territorial diferenciada. Se articula con la ficha N.° 12 del corredor (Programa de apoyo a la sostenibilidad turística e identificación de indicadores claves del Corredor), que aporta el marco conceptual y los indicadores homologados del componente c, y con la ficha N.° 9 (Observatorio Turístico Binacional del CBC), que aporta la infraestructura de datos del componente b.

Fuente: Elaboración propia.

B. Proyectos territoriales (Nivel III)

N.°	Código	Nombre del proyecto	Categoría	Territorio
1	J1	Apoyo al Desarrollo Turístico Sostenible del Corredor Verde y las Yungas Jujeñas	Área emergente	Jujuy
2	J2	Apoyo a la gestión turística sostenible de la Quebrada de Humahuaca, Sitio de Patrimonio Mundial	Producto diferencial	Jujuy
3	J3	Apoyo al desarrollo de la Ruta de los Cielos Jujeños (Puna)	Producto diferencial	Jujuy
4	J4	Fortalecimiento de los Valles Jujeños	Producto diferencial	Jujuy
5	S1	Programa de Desarrollo de instalaciones turísticas en sitios naturales de la Provincia de Salta	Producto diferencial	Salta
6	S2	Actualización del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Salta con un eje de integración al CBC	Gestión y gobernanza	Salta
7	S3	Apoyo al desarrollo turístico sostenible de la región Selva de Montaña, puerta norte del CBC	Área emergente	Salta
8	S4	Reposicionamiento de la Ruta de los Vinos de Altura de Salta	Producto diferencial	Salta
9	S5	Apoyo al desarrollo turístico sostenible de la Puna Salteña	Producto diferencial	Salta
10	A1	Marca Turística Regional de Antofagasta: posicionamiento, gobernanza y diversificación de la oferta	Gestión y gobernanza	Antofagasta
11	A2	Apoyo al desarrollo turístico de la costa del Desierto de Atacama	Área emergente	Antofagasta
12	A3	Programa de Turismo Astronómico y Cielos de Atacama	Producto diferencial	Antofagasta
13	A4	Ruta del Cobre: Turismo Industrial y Patrimonio Minero Vivo del Alto El Loa	Producto diferencial	Antofagasta
14	T1	Marca Regional Tarapacá y Plataforma Única de Comercialización Turística Regional	Gestión y gobernanza	Tarapacá
15	T2	Apoyo al Desarrollo de Infraestructura Turística del Borde Costero de Tarapacá	Área emergente	Tarapacá
16	T3	Apoyo al desarrollo turístico de los Oasis y la Pampa del Tamarugal	Producto diferencial	Tarapacá
17	T4	Altiplano Aymara Vivo: Cultura, Termalismo y Naturaleza del Altiplano Tarapaqueño	Producto diferencial	Tarapacá

Fuente: Elaboración propia.

Jujuy

Ficha N.° 1 — J1. Apoyo al Desarrollo Turístico Sostenible del Corredor Verde y las Yungas Jujeñas

Campo	Contenido
Código de proyecto	J1
Nombre	Apoyo al Desarrollo Turístico Sostenible del Corredor Verde y las Yungas Jujeñas
País	Argentina
Unidad subnacional	Jujuy
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico.
Objetivo	Apoyar el desarrollo de la región de las Yungas jujeñas, hoy emergente, como destino turístico sostenible, mediante infraestructura turística, la puesta en valor de sitios naturales y el desarrollo de una planta de alojamiento y servicios de baja escala y bajo impacto, diversificando la oferta provincial.
Descripción del proyecto	La región de las Yungas y el sector oriental de Jujuy —denominado Corredor Verde por el organismo provincial de turismo— cuenta con una oferta incipiente y sin estructuración como destino. El proyecto se organiza en componentes complementarios: a) Componente público: infraestructura interpretativa y de conservación —biocentros en áreas naturales, mariposario y orquideario con fines educativos y de sensibilización ambiental, senderos, hides, mangrullos y miradores, señalética interpretativa—, ordenamiento de los accesos a áreas protegidas y capacitación de prestadores y guías locales. En este componente integramos los siguientes proyectos que forman parte de la cartera de proyectos del MTyC de Jujuy: (i) BOTICA DE HIERBAS Y MERCADO ARTESANAL en Ldor. Gral. San Martín (Readecuación y restauración de la Casa de la Cultura y ex Mercado. Instalación de puestos artesanales, frutos tropicales y hierbas de la zona.), ii) PUESTA EN VALOR DEL ACCESO Y MONUMENTO A LA PACHAMAMA en San Francisco (Reorganizar el acceso para darle mayor importancia del Monumento a la Pachamama, a través del empedrado del mismo y el ordenamiento de los locales asentados sobre él) , (iii) INFRAESTRUCTURA DE ACCESO Y SOPORTE EN EL CORREDOR VERDE (Incluye miradores, áreas de descanso, mobiliario urbano, senderos, pasarelas, a fin de mejorar la accesibilidad, seguridad y experiencia turística en los corredores) b) Componente privado: incentivos y acompañamiento técnico a la inversión en ecolodges, glamping y cabañas construidas con materiales locales y estándares de sostenibilidad; estacionamientos para motorhomes y desarrollo de operadores especializados en observación de aves,safaris fotográficos, turismo educativo, trekking, ecoturismo, cicloturismo y cabalgatas. c) Componente de fortalecimiento de capacidades: capacitación de las cooperativas de la Red de Turismo Rural Comunitario de la RP 83 —entre ellas San Francisco y Valle Grande— para sofisticar la comercialización digital de las experiencias de ecoturismo.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Infraestructura interpretativa y de conservación —biocentros, mariposario y orquideario — (módulo de centro de interpretación de pequeña escala, 80–120 m²): USD 230.000 x 2 b. Puesta en valor de sitios naturales y ordenamiento de accesos a áreas protegidas (módulo de puesta en valor de sitio o área natural): USD 310.000 x 2 c. Capacitación de prestadores, guías y cooperativas de turismo rural comunitario (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores): USD 120.000 x 2 d. Facilitación de la inversión privada en alojamiento y servicios de baja escala (módulo de facilitación de la inversión privada): USD 90.000 e. Senderos, miradores y señalética interpretativa: USD 100.000 por sitio; el monto total depende de la extensión a definir en la etapa de formulación. x 3 Valorización total de referencia: USD 1.710.000
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy / Ministerio de Ambiente y Cambio Climático de Jujuy, municipios y áreas protegidas, con participación del sector privado.
Comentarios	El Corredor Verde de las Yungas jujeñas es una estrategia turística en proceso de consolidación que busca articular localidades del sector oriental de Jujuy mediante una oferta basada en naturaleza, biodiversidad, turismo activo, cultura, gastronomía y producción local. La iniciativa procura diversificar la oferta tradicional de la provincia —fuertemente asociada a la Quebrada y la Puna—, fortalecer las economías locales y posicionar a las Yungas como destino de turismo sostenible. Se vincula con los circuitos turísticos y las rutas temáticas propuestos para el CBC. El Diagnóstico Estratégico y sus Anexos caracterizan a las Yungas como destino incipiente de potencial ecoturístico, con 37 establecimientos y 1.089 plazas (2023) y con el Parque Nacional Calilegua —Reserva de Biósfera UNESCO— como principal activo, e incorporan la diversificación hacia la Puna y las Yungas como oportunidad del FODA territorial de Jujuy (ejes E2 y E7). Se alinea con la Estrategia 2 del PETS 2035 de Jujuy (Desarrollo Equilibrado del Turismo), orientada a la diversificación de la oferta y al desarrollo de productos en las regiones de menor desarrollo relativo.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 2 — J2. Apoyo a la gestión turística sostenible de la Quebrada de Humahuaca, Sitio de Patrimonio Mundial

Campo	Contenido
Código de proyecto	J2
Nombre	Apoyo a la gestión turística sostenible de la Quebrada de Humahuaca, Sitio de Patrimonio Mundial
País	Argentina
Unidad subnacional	Jujuy
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Sostenibilidad y resiliencia.
Objetivo	Fortalecer la gestión turística sostenible de la Quebrada de Humahuaca mediante la regulación y el monitoreo de los flujos de visitantes, la mejora de la interpretación y de la experiencia turística, el desarrollo de productos de mayor valor agregado y menor intensidad de uso, y el fortalecimiento de la sostenibilidad de los prestadores turísticos. Asimismo, promover capacidades para la gestión de la demanda turística y el diseño de estrategias anticíclicas que contribuyan a distribuir los flujos a lo largo del año, impulsar el desarrollo de clústeres turísticos y diversificar la oferta, favoreciendo una mayor articulación entre los actores locales. Todo ello con el propósito de contribuir a la conservación del patrimonio, mejorar la competitividad del destino y propiciar una mayor generación y distribución de valor económico en el territorio.
Descripción del proyecto	El programa contempla cuatro componentes articulados: a) implementación de un sistema de medición de capacidad de carga y monitoreo de flujos turísticos en los principales nodos de presión, que genere información para la gestión y permita definir, cuando corresponda, cupos, horarios y mecanismos de distribución de visitantes; b) Desarrollo de miradores de paisaje en Hornocal (Palca de Aparzo), Paleta del Pintor (Maimará), Tubos de Órganos (Hornillos) y Cerro de Siete Colores (Purmamarca) c) diseño y desarrollo de una línea de productos y experiencias de mayor valor y baja capacidad —gastronomía, enoturismo, recorridos guiados especializados, alojamiento boutique y experiencias de interpretación cultural y patrimonial— que permitan incrementar el gasto y la permanencia de los visitantes sin depender de un aumento de los volúmenes de demanda; d) expansión de las certificaciones de sostenibilidad para empresas, emprendimientos y prestadores turísticos, mediante capacitación, asistencia técnica, incorporación de buenas prácticas y acompañamiento hacia procesos de certificación; y e) fortalecimiento de las capacidades de gestión sostenible de los municipios turísticos de la Quebrada, incluyendo asistencia técnica y herramientas para la gestión de residuos, el uso eficiente del agua, el mantenimiento sostenible de los espacios públicos, la gestión de flujos y estacionamiento, la movilidad, los indicadores ambientales y turísticos y los protocolos para períodos de alta demanda.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Sistema de medición de capacidad de carga y monitoreo de flujos (módulo de estudio de capacidad de carga y sistema de monitoreo): USD 120.000 x 3 b. Miradores x 3: USD 300.000 b. Desarrollo y promoción de la línea de productos y experiencias de mayor valor (módulo de diseño y estructuración de producto): USD 100.000 x 4 c. Programa de sostenibilidad y certificación para prestadores (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores): USD 120.000 d. Fortalecimiento de la gestión sostenible de los municipios turísticos (módulo de plan territorial con protocolos y herramientas de gestión): USD 120.000 x 4 Valorización total de referencia: USD 1.660.000
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy, en articulación con los municipios y comisiones municipales de la Quebrada y con el organismo provincial de gestión del sitio Patrimonio Mundial
Comentarios	Responde a la presión sobre el patrimonio mundial de la Quebrada de Humahuaca señalada expresamente en el Diagnóstico Estratégico y a la constatación de que la regulación de la capacidad de carga es el instrumento de gestión turística menos desarrollado en el relevamiento municipal del corredor. Los Anexos del Diagnóstico registran que la Quebrada concentra el 60,7 % de las plazas provinciales (6.089 plazas en 253 establecimientos, 2023) y consignan la masificación de la Quebrada entre los riesgos territoriales del eje de sostenibilidad. Se alinea con las Estrategias 2 (Desarrollo Equilibrado del Turismo) y 3 (Turismo Seguro y Resiliente) del PETS 2035 de Jujuy, en lo relativo al ordenamiento espacial turístico y a la gestión de la presión sobre destinos consolidados.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 3 — J3. Apoyo al desarrollo de la Ruta de los Cielos Jujeños (Puna)

Campo	Contenido
Código de proyecto	J3
Nombre	Apoyo al desarrollo de la Ruta de los Cielos Jujeños (Puna)
País	Argentina
Unidad subnacional	Jujuy
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación.
Objetivo	Consolidar la Ruta de los Cielos Jujeños y su articulación con la Puna salteña y el altiplano chileno bajo el paraguas de un astroturismo de acceso simple y con un fuerte componente de cultura viva.
Descripción del proyecto	Jujuy cuenta con el Sendero Starlight acreditado sobre la RN 52, el Centro de Observación Astronómica de Susques y la proximidad de Salinas Grandes, activos hoy subutilizados. El proyecto propone: a) Infraestructura de observación de bajo impacto (plataformas, cortavientos y tótems de interpretación estelar, señalización y mantenimiento de rutas) en los puntos priorizados del recorrido. b) Consolidación de la certificación y la señalética Starlight, y gestión de ordenanzas municipales de protección del cielo nocturno en las localidades del itinerario. c) Integración de los emprendimientos de turismo rural comunitario como prestadores de las experiencias de observación, de interpretación de la cosmovisión andina y de los servicios asociados, articulación en programas con empresas mineras para el Desarrollo de las comunidades en su apertura al turismo. d) Promoción de la inversión privada en alojamiento y servicios, orientada a la diversificación y mejora de la planta de alojamiento mediante el desarrollo de hosterías de mediana escala y complejos turísticos de alta gama pero pequeña escala, estacionamiento para motorhomes y motos en la Puna, y en sus nodos de distribución, así como de servicios gastronómicos y prestaciones turísticas. e) Miradores: Valle de la Luna (Mina Pirquitas), Cuesta de Lipán (El Moreno) f) Cambio de luminaria en la ruta de los cielos jujeños: hacer una readecuación de la luminaria de algunos poblados y parajes en este recorrido, como así también de empresas instaladas en el mismo. g) Infraestructura de acceso y soporte en la ruta de los cielos jujeños (Incluye miradores, áreas de descanso, mobiliario urbano, senderos, pasarelas, a fin de mejorar la accesibilidad, seguridad y experiencia turística en los corredores): Purmamarca, Susques, Barrancas, El Moreno, Paso de Jama. Se debería ampliar la oferta en el corredor de puna para inversiones en turismo minero, mototurismo, motorhomes turismo, travesias 4 x 4, etc
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Infraestructura de observación de bajo impacto en 5–6 puntos del recorrido —plataformas, cortavientos, miradores y tótems interpretativos— (módulo de equipamiento de bajo impacto en puntos de observación): USD 180.000 b. Consolidación Starlight y protección del cielo nocturno —diagnóstico de contaminación lumínica, señalética, asistencia técnica y ordenanzas municipales— (módulo de estudio o plan técnico de alcance acotado): USD 50.000 c. Integración de los emprendimientos de turismo rural comunitario (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores): USD 120.000 d. Promoción de la inversión privada en alojamiento y servicios (módulo de facilitación de la inversión privada): USD 90.000 e) Miradores: USD 100.000 x 2 f) Cambio de luminaria en la ruta de los cielos jujeños: USD 400.000 g) Infraestructura de acceso y soporte en la ruta de los cielos jujeños: USD 150.000 X 4 Valorización total de referencia: USD 1.640.000
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy, en articulación con municipios y comisiones municipales de la Puna, comunidades collas y prestadores locales
Comentarios	Se articula de forma directa con la Ruta Temática de Astroturismo y con los circuitos jujeños del CBC, así como con el fortalecimiento del turismo rural comunitario.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 4 — J4. Fortalecimiento de los Valles Jujeños

Campo	Contenido
Código de proyecto	J4
Nombre	Fortalecimiento de los Valles Jujeños
País	Argentina
Unidad subnacional	Jujuy
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto, puesta en valor y diversificación turística
Objetivo	Fortalecer y diversificar la oferta turística de los Valles Jujeños mediante la puesta en valor de recursos naturales, culturales e históricos, el desarrollo de experiencias interpretativas y la mejora de los servicios y soportes para el visitante, articulando los principales atractivos y localidades de la región bajo una lógica de red.
Descripción del proyecto	El proyecto propone consolidar una red de experiencias turísticas en los Valles Jujeños a partir de la articulación de iniciativas identificadas por el Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. Incluye: a) la readecuación del edificio ubicado en Laguna Rodeo, en el Parque Provincial Potrero de Yala, para su funcionamiento como centro de interpretación y punto de parada dentro del recorrido paisajístico y natural, con contenidos vinculados a la naturaleza y la geología del área; b) el desarrollo de "Éxodo, experiencia inmersiva en el Cabildo de Jujuy", instalación multimedia orientada a interpretar el Éxodo del Pueblo Jujeño mediante recursos de imagen, sonido, luz y proyección arquitectónica, poniendo en valor su dimensión histórica, humana y colectiva; c) la implementación de señalética vial asociada a las rutas temáticas provinciales, permitiendo identificar accesos a sitios y localidades de interés y estructurar recorridos en torno a temáticas específicas; y d) la incorporación y fortalecimiento de infraestructura de apoyo para viajeros en motorhome, particularmente en nodos de los corredores turísticos, favoreciendo la permanencia, circulación y conexión entre las distintas regiones de Jujuy. En conjunto, estas intervenciones buscan mejorar la experiencia del visitante, favorecer la permanencia en el territorio, fortalecer la interpretación del patrimonio y conectar atractivos y localidades actualmente abordados de manera fragmentada.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	a) Centro de Interpretación USD 230.000 b) Éxodo: USD 500.000 c) la incorporación y fortalecimiento de infraestructura de apoyo para viajeros en motorhome: USD 180.000 Valorización total de referencia: USD 910.000
Fuente de financiamiento	Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy, en articulación con municipios y comisiones municipales, comunidades locales y prestadores turísticos
Comentarios	

Fuente: Elaboración propia.

Salta

Ficha N.° 5 — S1. Programa de Desarrollo de instalaciones turísticas en sitios naturales de la Provincia de Salta

Campo	Contenido
Código de proyecto	S1
Nombre	Programa de Desarrollo de instalaciones turísticas en sitios naturales de la Provincia de Salta
País	Argentina
Unidad subnacional	Salta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación
Objetivo	Fortalecer el desarrollo de productos de turismo de naturaleza y activo en la Provincia de Salta a través de la realización de instalaciones y obras de infraestructura habilitante en las regiones de los alrededores de la Ciudad de Salta y el Valle Calchaquí
Descripción del proyecto	Desarrollo de los proyectos ejecutivos y ejecución de las obras de (i) instalaciones turísticas en Puente del Diablo (La Poma, RN40), (ii) Reserva Provincial Quebrada de las Conchas (Guachipas, RN68), (iii) Reserva Provincial Finca Las Costas (San Lorenzo, Alrededores de la Ciudad de Salta), (iv) Red de Miradores de Cachi (Cachi, RN40)
Ámbito	Subnacional
Etapa	Pre-ejecución
Plazo	Largo (+3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Proyectos ejecutivos de las cuatro intervenciones (módulo de estudio o plan técnico acotado): USD 50.000 b. Instalaciones turísticas en Puente del Diablo, La Poma – RN 40 (módulo de puesta en valor de sitio o área natural): USD 310.000 c. Reserva Provincial Quebrada de las Conchas, Guachipas – RN 68 (módulo de puesta en valor de sitio o área natural): USD 310.000 d. Reserva Provincial Finca Las Costas, San Lorenzo (módulo de puesta en valor de sitio o área natural): USD 310.000 e. Red de Miradores de Cachi – RN 40 (módulo de equipamiento de bajo impacto en puntos de observación): USD 180.000 Valorización total de referencia: USD 1.160.000.
Fuente de financiamiento	Público subnacional
Estado del financiamiento	Sin Financiamiento
Entidad responsable	Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta, Secretaría de Ambiente de la Provincia de Salta y Secretaría de Obras Publicas de la Provincia de Salta
Comentarios	Se trata de una cartera de proyectos identificada por el Ministerio de Turismo y Deportes de Salta y en el Plan LIDERAR, y que ponen en valor los atractivos ancla de los circuitos Valles Calchaquíes y 4.3 Ruta de los Diques y Selvas de Montaña del portafolio de Circuitos y Rutas Binacionales del CBC, así como la Ruta Binacional de Turismo de Naturaleza y Aventura.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 6 — S2. Actualización del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Salta con un eje de integración al CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	S2
Nombre	Actualización del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Salta con un eje de integración al CBC
País	Argentina
Unidad subnacional	Salta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Fortalecimiento institucional y gobernanza; Planificación.
Objetivo	Actualizar el Plan Estratégico de Turismo LIDERAR como instrumento rector del desarrollo turístico provincial, incorporando de forma explícita la lógica del Corredor Bioceánico de Capricornio, los circuitos integrados y las oportunidades de articulación binacional, junto con una estrategia renovada de marketing, inteligencia de mercados y posicionamiento internacional.
Descripción del proyecto	El Plan Estratégico de Turismo LIDERAR es el principal instrumento de planificación sectorial de la provincia, con visión 2027, que organiza el territorio en siete regiones turísticas e integra once submarcas territoriales. El Diagnóstico Estratégico identifica que no ha sido actualizado desde su formulación y que su horizonte de vigencia se aproxima a su vencimiento, lo que constituye una oportunidad para incorporar los desafíos derivados del Corredor Bioceánico de Capricornio, las nuevas tendencias del turismo internacional y un enfoque centrado en la sostenibilidad, la competitividad, la transformación digital y la inteligencia turística. La actualización se estructura en los siguientes capítulos: (i) desarrollo de la oferta turística; (ii) marca, posicionamiento y comercialización; (iii) fortalecimiento de capacidades y capital humano; (iv) sostenibilidad; (v) gobernanza y gestión del plan; (vi) innovación y transformación digital; (vii) abordaje regional; y (viii) integración y proyección en el Corredor Bioceánico de Capricornio, capítulo que deberá nombrar de forma explícita los circuitos y las rutas del corredor con territorio salteño. El proceso se enmarca en la actualización en curso del Plan Salta 2030 hacia un horizonte 2050, lo que ofrece una ventana de articulación institucional. Se vincula con la cartera de circuitos y rutas integrados binacionales del CBC.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Corto (0-1 año)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Actualización del Plan Estratégico de Turismo LIDERAR (módulo de plan territorial de alcance provincial y plan de marketing y posicionamiento con cartera de proyectos públicos y privados): USD 120.000 Valorización total de referencia: USD 120.000.
Fuente de financiamiento	Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta

Campo	Contenido
Comentarios	Responde a la Brecha BC6 (ejes E2, E4 y E5) y al Eje 8 (Gobernanza e institucionalidad) del Diagnóstico Estratégico, que registra que el Plan LIDERAR no ha sido actualizado desde su formulación y que su horizonte de vigencia se aproxima a su vencimiento. Es el instrumento de mayor alcance para que la planificación turística provincial futura nazca alineada al corredor, en lugar de tener que reconciliarse con él con posterioridad. Prioridad alta.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 7 — S3. Apoyo al desarrollo turístico sostenible de la región Selva de Montaña, puerta norte del CBC

Campo	Contenido
Código de proyecto	S3
Nombre	Apoyo al desarrollo turístico sostenible de la región Selva de Montaña, puerta norte del CBC
País	Argentina
Unidad subnacional	Salta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Desarrollo empresarial y fortalecimiento de MIPYMES.
Objetivo	Activar turísticamente la Región Selva de Montaña —área emergente de la provincia y zona de acceso norte al Corredor Bioceánico de Capricornio— mediante infraestructura y servicios públicos habilitantes y el acompañamiento al desarrollo de emprendimientos privados y comunitarios de pequeña escala.
Descripción del proyecto	La Región Selva de Montaña (Tartagal, Orán, Aguaray, General Mosconi, Salvador Mazza y localidades aledañas) es una de las siete regiones turísticas oficiales del Plan LIDERAR y presenta una planta turística incipiente, pese a contar con el paso fronterizo de Salvador Mazza–Pocitos y con activos singulares como la Reserva Provincial Acambuco, el patrimonio petrolero de Campamento Vespucio, el turismo religioso en Virgen de la Peña, las etnias y comunidades originarias que habitan el territorio y un patrimonio natural de alta biodiversidad. El proyecto se organiza en dos componentes: a) Componente público: infraestructura de acceso y servicios básicos, puesta en valor de la Reserva Provincial Acambuco y del patrimonio petrolero e industrial, señalética, senderos interpretativos, capacitación de prestadores locales y apoyo a la formalización de emprendimientos comunitarios. b) Componente privado: incentivos y acompañamiento técnico a la inversión en alojamiento de pequeña escala, y desarrollo de operadores de turismo de naturaleza, observación de aves y turismo rural comunitario con pertinencia cultural.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Largo (+3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Infraestructura de acceso y servicios básicos —accesos, estacionamientos, áreas de recepción, servicios sanitarios, agua y energía— (módulo de infraestructura pública habilitante por nodo): USD 500.000 b. Puesta en valor de la Reserva Provincial Acambuco (módulo de puesta en valor de sitio o área natural): USD 310.000 c. Puesta en valor del patrimonio petrolero e industrial de Campamento Vespucio (módulo de puesta en valor de sitio): USD 310.000 d. Capacitación de prestadores y formalización de emprendimientos comunitarios (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores): USD 120.000 e. Gestión y promoción de la inversión (módulo de facilitación de la inversión privada): USD 90.000 Valorización total de referencia: USD 1.330.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta, en articulación con los municipios de la región, la Secretaría de Ambiente de la Provincia y las comunidades originarias.
Comentarios	La Región Selva de Montaña es una de las siete regiones turísticas oficiales del Mapa de Regiones del Plan LIDERAR. El documento «Resumen de las Potencialidades de la Región» (Municipio de Orán y zona de influencia) aporta anclaje adicional para los componentes de aventura y naturaleza. El Diagnóstico Estratégico identifica al Eje Norte (RN 34, Región Selva de Montaña) y a la Puna salteña como los territorios de menor aprovechamiento turístico relativo de la provincia según el diagnóstico del Plan LIDERAR, y sus Anexos registran que la región concentra el 8 % de las plazas de alojamiento provinciales. Es la región emergente de Salta con vinculación directa al corredor y, simultáneamente, la de menor desarrollo relativo. Se articula con la ficha N.° 7 del corredor (Turismo Rural, Comunitario e Indígena) y con la ficha N.° 10 (Fortalecimiento de la Gestión Municipal y Destinos Emergentes).

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 8 — S4. Reposicionamiento de la Ruta de los Vinos de Altura de Salta

Campo	Contenido
Código de proyecto	S4
Nombre	Reposicionamiento de la Ruta de los Vinos de Altura de Salta
País	Argentina
Unidad subnacional	Salta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Marca, marketing y promoción internacional.
Objetivo	Reposicionar la Ruta de los Vinos de Altura de los Valles Calchaquíes desde su actual condición de producto enoturístico provincial hacia un posicionamiento internacional de enoturismo, con proyección binacional y capacidad de captación de mercados de larga distancia.
Descripción del proyecto	La Ruta de los Vinos de Altura de los Valles Calchaquíes es uno de los productos turísticos más consolidados de Salta, con un alto potencial para profundizar su posicionamiento nacional e internacional. El proyecto propone su evolución estratégica como producto de alcance binacional y de jerarquía global, estructurado en tres componentes de intervención complementarios: Componente A: Identidad, relato e infraestructura KM 0. Diseño de la nueva propuesta de valor, narrativa de marca y renovación de la señalética turística del corredor. Contempla la actualización museográfica del Museo de la Vid y el Vino en Cafayate y la puesta en valor de la experiencia de partida desde la Ciudad de Salta como nodo central (KM 0). Componente B: Calidad de servicio y capital humano. Programa de asistencia técnica para elevar los estándares de atención y diversificar las experiencias en las bodegas. Incluye capacitación intensiva del personal de contacto en técnicas de hospitalidad y en el dominio de idiomas extranjeros para la adecuada recepción del turista internacional. Componente C: Comercialización binacional y promoción. Diseño y venta de circuitos integrados que enlacen la vitivinicultura salteña con los viñedos del desierto de Atacama (Chile) y la gastronomía del Pacífico. Se complementa con campañas de marketing digital internacional, misiones comerciales con operadores y un calendario de eventos premium de posicionamiento.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Investigación de mercado, propuesta de valor, identidad del producto y manual de marca (módulo de estudio o plan técnico de alcance acotado): USD 50.000 b. Calidad de servicio y capital humano en bodegas (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores): USD 120.000 c. Comercialización binacional y promoción internacional (módulo de marca, promoción y comercialización internacional): USD 250.000 d. Eventos y activaciones de posicionamiento (módulo de diseño y estructuración de producto y comercialización): USD 100.000 e. Actualización museográfica del Museo de la Vid y el Vino y renovación de la señalética (módulo de actualización museográfica de centro existente): USD 400.000 Valorización total de referencia: USD 920.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta e INPROTUR Salta, en articulación con las bodegas y la Cámara de Turismo de Salta
Comentarios	Se articula con la ficha N.° 3 del corredor (Estrategia de Marca y Promoción Internacional), con la ficha N.° 4 (Transformación Digital e Internacionalización Comercial de Operadores) y con la ficha N.° 15 (Plataforma Digital e Integración Comercial de Circuitos). El Diagnóstico Estratégico sitúa a Cafayate y Cachi entre las localidades de desarrollo consolidado de los Valles Calchaquíes, que concentran el 18 % de las plazas provinciales, y dimensiona el margen de crecimiento del posicionamiento internacional que el proyecto persigue: los turistas internacionales representan el 12 % de la demanda provincial. Constituye el producto ancla del tramo argentino de la ruta temática binacional del vino de altura. Prioridad alta.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 9 — S5. Apoyo al desarrollo turístico sostenible de la Puna Salteña

Campo	Contenido
Código de proyecto	S5
Nombre	Apoyo al desarrollo turístico sostenible de la Puna Salteña
País	Argentina
Unidad subnacional	Salta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación.
Objetivo	Estructurar la Puna salteña como producto de travesías y turismo de expedición con estándares de seguridad, señalización y operación profesional, diferenciando su posicionamiento del resto de los territorios altiplánicos del corredor y orientándolo a segmentos internacionales de nicho y alto gasto.
Descripción del proyecto	La Puna salteña —San Antonio de los Cobres, Tolar Grande, Desierto del Diablo, Cono de Arita, Salar de Arizaro y Abra del Acay— cuenta con un paisaje de altísimo valor para los segmentos de travesía motorizada (vehículos 4x4 y motociclismo de larga distancia), aventura y expediciones de alta montaña. El proyecto busca fortalecer y diversificar esta oferta, articulando turismo y actividad minera bajo un enfoque de compatibilidad de usos, integración territorial y desarrollo económico local. La iniciativa contempla un Plan de Integración Minería–Turismo, orientado a identificar oportunidades de complementariedad, ordenar usos y establecer condiciones para la convivencia de ambas actividades; la capacitación y certificación de operadores y guías especializados; y un programa de facilitación de la inversión privada, con instrumentos públicos para ampliar la oferta de alojamiento, desarrollar productos de travesía y aventura y fortalecer la gastronomía, las artesanías y las experiencias vinculadas a la identidad local. Comprende asimismo la promoción de la inversión privada en alojamiento y servicios, orientada a la diversificación y mejora de la planta de alojamiento mediante el desarrollo de hosterías de mediana escala y complejos turísticos de alta gama en la Puna y en sus nodos de distribución, así como de servicios gastronómicos y prestaciones turísticas.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Plan de Integración Minería–Turismo (módulo de plan territorial con cartera de proyectos y protocolos): USD 120.000 b. Capacitación y certificación de guías y operadores en 4x4, motociclismo, alta montaña, seguridad y estándares de servicio (módulo de formación con certificación o acreditación): USD 30.000 c. Infraestructura pública habilitante en los circuitos —accesos, señalización, puntos de información, áreas de descanso y miradores— (módulo de infraestructura pública habilitante por nodo): USD 500.000 d. Desarrollo y comercialización de productos de travesía y expedición (módulo de diseño y estructuración de producto y comercialización): USD 100.000 e. Gastronomía, artesanías e identidad local (módulo combinado de fortalecimiento de emprendimientos y espacios de comercialización): USD 100.000 f. Programa de facilitación de la inversión privada (módulo de facilitación de la inversión privada): USD 90.000 Valorización total de referencia: USD 940.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta, en articulación con los municipios de la Puna y los operadores especializados
Comentarios	Responde a la condición de la Puna como uno de los territorios de menor aprovechamiento turístico relativo de la provincia según el diagnóstico del Plan LIDERAR, y a su baja participación en la planta de alojamiento provincia. Atiende asimismo la necesidad de ordenar la convivencia entre la actividad minera y el desarrollo turístico, ya que el Diagnóstico registra que en localidades como Tolar Grande el avance de la minería condicionó el desarrollo de los servicios turísticos locales.

Fuente: Elaboración propia.

Antofagasta

Ficha N.° 10 — A1. Marca Turística Regional de Antofagasta: posicionamiento, gobernanza y diversificación de la oferta

Campo	Contenido
Código de proyecto	A1
Nombre	Marca Turística Regional de Antofagasta: posicionamiento, gobernanza y diversificación de la oferta
País	Chile
Unidad subnacional	Antofagasta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Marca, marketing y promoción internacional; Fortalecimiento institucional y gobernanza.
Objetivo	Reposicionar la marca turística de la Región de Antofagasta y dotarla de un mecanismo de gobernanza que articule a los actores públicos, privados y comunales del turismo regional, habilitando su integración coherente a la marca del Corredor Bioceánico de Capricornio.
Descripción del proyecto	La Región de Antofagasta cuenta con una marca turística regional con potencial para consolidarse como marca paraguas del destino, fortaleciendo su apropiación por parte de municipios, empresas y otros actores del sector. El proyecto busca reposicionar y fortalecer la gobernanza de la marca como herramienta de promoción y, al mismo tiempo, como instrumento para diversificar y articular la oferta turística regional, incorporando destinos, circuitos y productos emergentes. La iniciativa contempla: a) Inteligencia turística y comercialización: identificación de mercados prioritarios, análisis de demanda y tendencias, segmentación de públicos, seguimiento del desempeño de los productos y generación de información para orientar la promoción y la inversión privada. b) Modernización del ecosistema digital regional: portal turístico, contenidos, idiomas, integración de la oferta y los destinos, agenda y herramientas para facilitar la planificación del viaje. c) Programa de gobernanza, adhesión y promoción de la marca: sistema de adhesión y uso de la marca por municipios, empresas y organizaciones; manuales y criterios de uso; campañas conjuntas y acciones de promoción. d) Laboratorio de nuevos productos: programa de diversificación y desarrollo de productos turísticos, con incentivos y asistencia técnica a operadores para diseñar, validar y comercializar nuevos productos y circuitos, especialmente aquellos que incorporen destinos emergentes y articulen distintos territorios de la región.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Corto (0-1 año)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Inteligencia turística y comercialización (módulo de estudio o plan técnico de alcance acotado, USD 50.000, más módulo de sistema de información, USD 50.000): USD 100.000 b. Modernización del ecosistema digital regional (módulo de sistema de información, tablero o plataforma digital): USD 50.000 c. Gobernanza, adhesión y promoción de la marca (módulo de marca, promoción y comercialización internacional): USD 250.000 d. Laboratorio de nuevos productos y diversificación de la oferta (módulo de diseño y estructuración de producto aplicado a escala regional: 2 × USD 100.000): USD 200.000 Valorización total de referencia: USD 600.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Gobierno Regional de Antofagasta, SERNATUR Región de Antofagasta, con participación de CORFO, los municipios y el sector privado.
Comentarios	Atiende la insuficiente apropiación de la marca turística regional (que ya cuenta con el Manual de Marca definido) por parte de los municipios y de los operadores privados, la desactualización del portal antofagasta.travel y la brecha de proyección digital entre San Pedro de Atacama y el resto de la región. Constituye condición habilitante para la articulación de la marca regional con la marca del Corredor Bioceánico de Capricornio.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 11 — A2. Apoyo al desarrollo turístico de la costa del Desierto de Atacama

Campo	Contenido
Código de proyecto	A2
Nombre	Apoyo al desarrollo turístico de la costa del Desierto de Atacama
País	Chile
Unidad subnacional	Antofagasta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico.
Objetivo	Consolidar el borde costero regional —Taltal, Antofagasta, Mejillones y Tocopilla— como destino de sol y playa, náutica y naturaleza marina, articulando la infraestructura pública del borde mar y la conectividad escénica de la Ruta 1 con el desarrollo de la oferta privada de servicios turísticos.
Descripción del proyecto	El borde costero de la Región de Antofagasta constituye un territorio con potencial para diversificar la oferta turística regional a partir de sus playas, paisajes, biodiversidad marina y caletas, y de las posibilidades que ofrece para el desarrollo del turismo náutico, el buceo, el avistaje de fauna y la gastronomía de mar. El proyecto busca consolidar una oferta turística costera integrada, fortaleciendo los destinos de Mejillones, Tocopilla y Taltal y su articulación mediante la Ruta 1, en continuidad con el Programa Territorial Integrado de Turismo Costero. La iniciativa contempla un conjunto de intervenciones públicas orientadas a mejorar las condiciones de uso turístico del territorio, incluyendo la puesta en valor de playas y costaneras, la accesibilidad, la infraestructura básica en caletas, miradores y un sistema integrado de señalética e interpretación. Estas acciones se articularán con la cartera de obras e instrumentos sectoriales existentes —en particular, la de la Dirección de Obras Portuarias del MOP—, priorizando las intervenciones que contribuyan a estructurar circuitos y puntos de interés a lo largo del litoral. En paralelo, se propone fortalecer la oferta empresarial y el desarrollo de nuevos productos turísticos mediante asistencia técnica, capacitación y apoyo a operadores de turismo náutico, buceo, avistaje de fauna marina, gastronomía y experiencias vinculadas a las caletas. Se contempla además la facilitación de inversiones privadas en alojamiento y servicios turísticos, especialmente en Mejillones, Tocopilla y Taltal.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Perfil
Plazo	Largo (+3 años)

Campo	Contenido
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Infraestructura costera y accesibilidad: 3–4 intervenciones menores o medianas, a razón de USD 500.000 a USD 650.000 por intervención (módulo de infraestructura pública habilitante por intervención): USD 2.000.000 b. Desarrollo de productos y operadores (módulo de diseño y estructuración de producto y comercialización): USD 100.000 c. Facilitación de la inversión privada (módulo de facilitación de la inversión privada): USD 90.000 d. Promoción y comercialización (módulo de diseño y estructuración de producto y comercialización): USD 100.000 Valorización total de referencia: USD 2.290.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Gobierno Regional de Antofagasta / SERNATUR Región de Antofagasta / municipios del litoral / CORFO (PTI Turismo Costero), en articulación con los organismos sectoriales de obras públicas, en particular el Ministerio de Obras Públicas (MOP) a través de su Dirección de Obras Portuarias (DOP)
Comentarios	El proyecto incluye la continuidad y el fortalecimiento del Programa Territorial Integrado de Turismo Costero como mecanismo de articulación público-privada, así como acciones de desarrollo de producto, promoción y comercialización. El eje E2 del Diagnóstico Estratégico clasifica al litoral Mejillones–Tocopilla–Taltal como destino emergente en proceso de desestacionalización, impulsado por el PTI de Turismo Costero de CORFO, y registra el sol y playa entre las siete líneas de producto que organiza la plataforma regional. El conjunto de intervenciones permitirá posicionar el borde costero como componente complementario de la oferta de desierto y astronomía de Antofagasta y favorecer su incorporación a los circuitos y rutas integrados del Corredor Bioceánico de Capricornio, conectando los destinos del interior con el litoral y la salida al Pacífico.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 12 — A3. Programa de Turismo Astronómico y Cielos de Atacama

Campo	Contenido
Código de proyecto	A3
Nombre	Programa de Turismo Astronómico y Cielos de Atacama
País	Chile
Unidad subnacional	Antofagasta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación.
Objetivo	Estructurar y gestionar la oferta de turismo astronómico y científico de la Región de Antofagasta, articulando el acceso a los grandes observatorios científicos con una oferta turística complementaria de observación y divulgación, y consolidando al territorio como referente mundial del segmento.
Descripción del proyecto	La región concentra los observatorios astronómicos de mayor relevancia mundial, cuyo aprovechamiento turístico depende de la disponibilidad de cupos y de los calendarios científicos, y no cuenta con un producto de experiencia diseñado específicamente para el visitante. El proyecto comprende: a) Protocolo de gestión de la demanda y de los cupos de visita a los observatorios científicos, acordado con las instituciones que los operan. b) Fortalecimiento de la red de observatorios turísticos complementarios, que garantice la experiencia de observación cuando el cupo científico no esté disponible. c) Formación de guías especializados en divulgación científica, astronomía observacional y arqueoastronomía andina, con acreditación de estándares. d) Estructuración y comercialización del producto para segmentos internacionales especializados. Se vincula con la cartera de circuitos y rutas integrados binacionales del CBC. El programa tiene alcance regional y no se circunscribe a San Pedro de Atacama: incorpora a las comunas de Taltal, Sierra Gorda y otras de la región con potencial para el turismo astronómico y científico, de modo de distribuir territorialmente la oferta y sus beneficios.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Protocolo de gestión de la demanda y de los cupos de visita a los observatorios científicos (módulo de estudio o plan técnico de alcance acotado): USD 50.000 b. Fortalecimiento de la red de observatorios turísticos complementarios —adecuación de espacios, equipamiento de observación, telescopios, miradores, señalética e interpretación— (módulo de infraestructura pública habilitante por nodo): USD 500.000 c. Formación y acreditación de guías especializados (módulo de formación con certificación o acreditación): USD 30.000 d. Estructuración y comercialización internacional del producto (módulo de marca, promoción y comercialización internacional): USD 250.000 Valorización total de referencia: USD 830.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado

Campo	Contenido
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	SERNATUR Región de Antofagasta / Municipalidad de San Pedro de Atacama / Municipalidades de Taltal, Sierra Gorda y de otras comunas de la región con potencial astroturístico, en articulación con los observatorios científicos, las universidades regionales y las asociaciones gremiales de astroturismo
Comentarios	Constituye el activo de mayor singularidad mundial y menor replicabilidad de todo el corredor, y el ancla científica de la ruta temática binacional de astroturismo. El eje E1 del Diagnóstico Estratégico registra el liderazgo mundial de la región en infraestructura astronómica (Paranal, ALMA y el ELT en construcción) y el eje E2 incorpora el astroturismo entre las líneas de producto de la plataforma regional, concentradas en tres nodos multiproducto. Se articula con la ficha N.° 11 del corredor (Programa de Desarrollo y Comercialización de las Rutas de Experiencias Temáticas del CBC), aportando el segmento de turismo científico especializado, complementario del astroturismo accesible y de base cultural del norte argentino. Prioridad alta.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 13 — A4. Ruta del Cobre: Turismo Industrial y Patrimonio Minero Vivo del Alto El Loa

Campo	Contenido
Código de proyecto	A4
Nombre	Ruta del Cobre: Turismo Industrial y Patrimonio Minero Vivo del Alto El Loa
País	Chile
Unidad subnacional	Antofagasta
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Puesta en valor del patrimonio.
Objetivo	Estructurar un producto de turismo en torno a la minería del cobre en operación y al patrimonio arqueológico del Alto El Loa, capitalizando la actividad productiva dominante de la región como recurso turístico diferencial del corredor.
Descripción del proyecto	Calama y el Alto El Loa concentran uno de los territorios mineros más relevantes del mundo, junto con un patrimonio industrial, histórico y arqueológico que refleja la relación entre minería, poblamiento y culturas andinas. El proyecto busca estructurar una ruta como producto de turismo industrial y patrimonial, integrando la minería contemporánea, la memoria de Chuquicamata y el patrimonio cultural del Alto El Loa. La iniciativa contempla: a) un protocolo de visitas a la operación minera y al patrimonio asociado a las empresas mineras, acordado con las empresas operadoras y bajo estándares de seguridad, accesibilidad y capacidad de carga; b) la creación o el fortalecimiento de un centro de interpretación de la minería y de la historia social del territorio; c) el diseño de un circuito integrado que vincule el patrimonio minero con poblados, iglesias, pukarás, arte rupestre y otros sitios arqueológicos e históricos del Alto El Loa; y d) la formación y acreditación de guías especializados.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Largo (+3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Protocolo de visitas a la operación minera y al patrimonio asociado a las empresas mineras (módulo de estudio o plan técnico de alcance acotado): USD 50.000 b. Centro de interpretación de la minería y de Chuquicamata —museografía, contenidos, memoria oral, recursos audiovisuales y digitales, equipamiento y adecuación del espacio — (módulo de centro o museo de gran escala): USD 2.000.000 c. Ruta patrimonial del Alto El Loa —diseño, señalización e interpretación del circuito— (módulo de señalética e interpretación de circuito o ruta): USD 300.000 d. Formación y acreditación de guías especializados (módulo de formación con certificación o acreditación): USD 30.000 Valorización total de referencia: USD 2.380.000.
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Gobierno Regional de Antofagasta, SERNATUR Región de Antofagasta, Municipios, en articulación con la empresa minera operadora y con las comunidades del Alto El Loa.

Campo	Contenido
Comentarios	Responde a la necesidad de diversificar la operación turística regional y de capitalizar turísticamente la minería del cobre, actividad productiva dominante de la región.

Fuente: Elaboración propia.

Tarapacá

Ficha N.° 14 — T1. Marca Regional Tarapacá y Plataforma Única de Comercialización Turística Regional

Campo	Contenido
Código de proyecto	T1
Nombre	Marca Regional Tarapacá y Plataforma Única de Comercialización Turística Regional
País	Chile
Unidad subnacional	Tarapacá
Sector	
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Marca, marketing y promoción internacional; Innovación, tecnología y transformación digital / Comercialización.
Objetivo	Construir una marca turística regional unificada para Tarapacá y unificar la comercialización digital de la oferta turística, hoy fragmentada entre múltiples portales y sin marca regional propiamente dicha (a diferencia de Iquique, que sí cuenta con marca municipal).
Descripción del proyecto	El proyecto busca fortalecer el posicionamiento y la comercialización turística de Tarapacá mediante la creación de una Marca Turística Regional y una plataforma digital única, que integren la oferta, contenidos y canales de comercialización actualmente dispersos. La iniciativa contempla: a) Diseño de la Marca Turística Regional y Manual de Uso, articulando las submarcas comunales existentes. b) Implementación de una Plataforma Única de Comercialización, con integración de contenidos, oferta turística, reservas e indicadores comerciales. c) Creación de un mecanismo de gobernanza para la gestión y uso de la marca, con participación regional y municipal. d) Protocolo de articulación con la Marca del Corredor Bioceánico de Capricornio. La iniciativa se encuentra contemplada en la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034, dentro del eje de promoción, imagen y conciencia turística regional.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Perfil
Plazo	Corto (0-1 año)
Presupuesto estimado (US$)	Programa de Identidad Turística Territorial: Marca Tarapacá (Eje 4, 2026): USD 600.000 (Cifras de la cartera de inversiones de la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034, convertidas a dólares al tipo de cambio observado del Banco Central de Chile del 07/09/2026)
Fuente de financiamiento	Público subnacional
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Gobierno Regional de Tarapacá / SERNATUR Región de Tarapacá / CORFO Región de Tarapacá

Campo	Contenido
Comentarios	La Región de Tarapacá presenta actualmente una fragmentación de su presencia turística digital y promocional, caracterizada por la coexistencia de plataformas, canales y contenidos desarrollados por distintos actores públicos y territoriales, sin una estrategia integrada de posicionamiento, comercialización y medición de resultados. A ello se suma la ausencia de una marca turística regional que permita construir una identidad común y proyectar a Tarapacá como un destino turístico integrado, articulando las identidades y submarcas de sus distintas comunas.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 15 — T2. Apoyo al Desarrollo de Infraestructura Turística del Borde Costero de Tarapacá

Campo	Contenido
Código de proyecto	T2
Nombre	Apoyo al Desarrollo de Infraestructura Turística del Borde Costero de Tarapacá
País	Chile
Unidad subnacional	Tarapacá
Sector	
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Infraestructura, equipamiento e instalaciones para el desarrollo turístico.
Objetivo	Fortalecer la infraestructura y las condiciones de uso turístico del borde costero de Tarapacá, mejorando la experiencia de los visitantes, la accesibilidad y conectividad, y la competitividad de sus destinos.
Descripción del proyecto	Proyecto orientado a apoyar la ejecución y articulación de una cartera de inversiones en infraestructura turística ya identificada en el Plan Maestro para el Turismo MOP 2030 y en la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034. Comprende intervenciones de mejoramiento y puesta en valor de espacios públicos y paseos costeros, accesibilidad y conectividad, equipamiento y servicios para visitantes, circuitos y senderos turísticos, e infraestructura de interpretación y patrimonio.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Pre-ejecución
Plazo	Largo (+3 años)
Presupuesto estimado (US$)	a. Puesta en valor del patrimonio urbano de Iquique: Ex Aduana como Centro de Interpretación de Tarapacá (módulo de centro de interpretación de escala media, USD 600.000) y restauración del Teatro Municipal y de la Parroquia San Antonio de Padua (módulo de puesta en valor de inmueble patrimonial × 2, USD 800.000): USD 1.400.000 b. Borde costero y movilidad (módulo de infraestructura pública habilitante × 4 intervenciones): USD 2.000.000 c. Infraestructura para circuitos y senderos turísticos del interior y servicios sanitarios en atractivos prioritarios (módulo de infraestructura pública habilitante × 2 intervenciones): USD 1.000.000 Valorización total de referencia: USD 4.400.000.
Fuente de financiamiento	Público nacional / Público subnacional
Estado del financiamiento	Identificado (proyectos individuales en cartera MOP y PRT)
Entidad responsable	Gobierno Regional de Tarapacá / Ministerio de Obras Públicas — Dirección de Vialidad, Dirección de Obras Portuarias, Dirección de Arquitectura, Dirección General de Concesiones / Dirección Regional de Vialidad de Tarapacá / SEREMI Bienes Nacionales de Tarapacá
Comentarios	Fuente: Plan Maestro para el Turismo MOP 2030 (Región de Tarapacá), Plan Nacional de Borde Costero (Tarapacá) y Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024-2034 (Capítulo 9, Eje 2, Cuadro 14).

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 16 — T3. Apoyo al desarrollo turístico de los Oasis y la Pampa del Tamarugal

Campo	Contenido
Código de proyecto	T3
Nombre	Apoyo al desarrollo turístico de los Oasis y la Pampa del Tamarugal
País	Chile
Unidad subnacional	Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Puesta en valor del patrimonio.
Objetivo	Aportar al desarrollo turístico de los oasis y la Pampa del Tamarugal como un sistema turístico integrado y complementario a Iquique, articulando turismo rural y agroturismo, turismo indígena, termalismo, patrimonio cultural y religioso, naturaleza, astroturismo y patrimonio arqueológico en una propuesta territorial diferenciada.
Descripción del proyecto	Proyecto orientado a fortalecer y diversificar la oferta turística de los oasis y la Pampa del Tamarugal, articulando atractivos, localidades y experiencias actualmente desarrolladas de manera dispersa. El territorio cuenta con activos diferenciadores como el oasis y la producción agrícola de Pica, sus cochas termales, patrimonio histórico y religioso, el reconocimiento de Pica como Best Tourism Village y Pueblo Starlight, y el patrimonio natural y arqueológico de la Reserva Nacional Pampa del Tamarugal. El proyecto comprende: a) Mejoramiento de infraestructura turística, servicios e interpretación en oasis, localidades y sitios de interés, b) Puesta en valor del patrimonio natural, arqueológico y cultural, incluyendo senderos, sitios interpretativos y atractivos asociados a la Reserva Nacional Pampa del Tamarugal y sus geositios y patrimonio arqueológico. c) Capacitación, formalización y fomento a emprendedores turísticos, fortaleciendo capacidades empresariales, calidad y comercialización de productos y servicios vinculados a las principales líneas de desarrollo turístico del territorio: agroturismo y turismo rural, termalismo y bienestar, astroturismo, naturaleza, patrimonio cultural y religioso y enoturismo
Ámbito	Subnacional
Etapa	Perfil
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Componente Principales intervenciones Presupuesto referencial a) Infraestructura, servicios e interpretación turística (infraestructura menor, senderos, señalética, equipamiento e interpretación en oasis y sitios patrimoniales/naturales). USD 250.000 x intervención b) Puesta en valor del patrimonio: USD 310.000 x intervención c) Capacitación, formalización y fomento a emprendedores turísticos: USD 120.000 por municipio. Subtotal estimado: USD 2.000.000
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	SERNATUR Región de Tarapacá / CORFO Región de Tarapacá / Municipalidades de Pica y Pozo Almonte.

Campo	Contenido
Comentarios	Se fundamenta en la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034 y en el Diagnóstico Estratégico, y se presenta como oportunidad de continuidad de los programas de desarrollo territorial ya ejecutados en la Pampa del Tamarugal.

Fuente: Elaboración propia.

Ficha N.° 17 — T4. Altiplano Aymara Vivo: Cultura, Termalismo y Naturaleza del Altiplano Tarapaqueño

Campo	Contenido
Código de proyecto	T4
Nombre	Altiplano Aymara Vivo: Cultura, Termalismo y Naturaleza del Altiplano Tarapaqueño
País	Chile
Unidad subnacional	Tarapacá
Sector	Desarrollo Productivo
Subsector	Turismo
Tipo de proyecto	Desarrollo de producto y diversificación; Turismo comunitario.
Objetivo	Integrar la oferta hoy dispersa del altiplano tarapaqueño —cultura aymara viva, geología termal y humedales altoandinos de importancia internacional— en un producto turístico único de base comunitaria, con un componente diferencial de ciencia ciudadana aplicada a la conservación.
Descripción del proyecto	El altiplano de Tarapacá combina comunidades aymara y quechua con cultura viva y arquitectura tradicional, campos geotermales y termas de propiedades mineromedicinales, un parque nacional de alta montaña y un salar reconocido como sitio de importancia internacional para la conservación de aves acuáticas altoandinas, hoy operados como circuitos aislados y de baja escala. El proyecto comprende: a) Infraestructura de observación de bajo impacto y ordenamiento de la visitación en los humedales altoandinos, con criterios de conservación definidos. b) Fortalecimiento de la oferta comunitaria aymara —alojamiento, gastronomía tradicional, artesanía y guiado local— con pertinencia cultural y participación de las organizaciones indígenas del territorio. c) Promoción de la inversión privada en alojamiento y servicios, orientada a la diversificación y mejora de la planta de alojamiento mediante el desarrollo de hosterías de mediana escala y complejos turísticos de alta gama, así como de servicios gastronómicos y prestaciones turísticas. d) Relevamiento de circuitos integrados con Bolivia a través del Paso Fronterizo de Colchane–Pisiga, en el Departamento de Oruro.
Ámbito	Subnacional
Etapa	Idea
Plazo	Medio (1-3 años)
Presupuesto estimado (US$)	Estimación propia sobre módulos de valorización de referencia armonizados para el conjunto de la cartera: a. Infraestructura de observación de bajo impacto y ordenamiento de la visitación en los humedales altoandinos (módulo de equipamiento de bajo impacto en puntos de observación): USD 180.000 b. Fortalecimiento de la oferta comunitaria aymara —alojamiento, gastronomía tradicional, artesanía y guiado local— (módulo de capacitación y asistencia técnica a prestadores): USD 120.000 c. Promoción de la inversión privada en alojamiento y servicios (módulo de facilitación de la inversión privada): USD 90.000 d. Relevamiento de circuitos integrados con Bolivia por el Paso Fronterizo de Colchane–Pisiga (módulo de estudio o plan técnico de alcance acotado): USD 50.000 Valorización total de referencia: USD 440.000.

Campo	Contenido
Fuente de financiamiento	Público-privado
Estado del financiamiento	No identificado
Entidad responsable	Gobierno Regional de Tarapacá / SERNATUR Región de Tarapacá / Municipios del altiplano, en articulación con la Mesa de Turismo Indígena regional, CONAF y las comunidades aymara y quechua.
Comentarios	Atiende la dispersión y la baja escala de la oferta altiplánica, así como la asimetría entre el litoral consolidado y el interior andino y pampino emergente, la falta de servicios de alojamiento de alta gama en el interior y el predominio de excursiones de tipo full day con escasa oferta de circuitos de más de un día. Se alinea con el Eje 5 de la Política Regional de Turismo de Tarapacá 2024–2034 (Diversificación de Experiencias Turísticas), en sus componentes de turismo indígena y experiencias vivenciales del altiplano, y con su Eje 7 (Gestión Turística Sustentable), en materia de capacidad de carga, monitoreo ambiental y modelos de cogestión. Su implementación se articula con la Mesa Regional de Turismo Indígena y con las ZOIT de Colchane y del pueblo de Mamiña previstas en el modelo de gobernanza de esa Política.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo IV – Fichas de los circuitos y rutas de experiencias temáticas del CBC

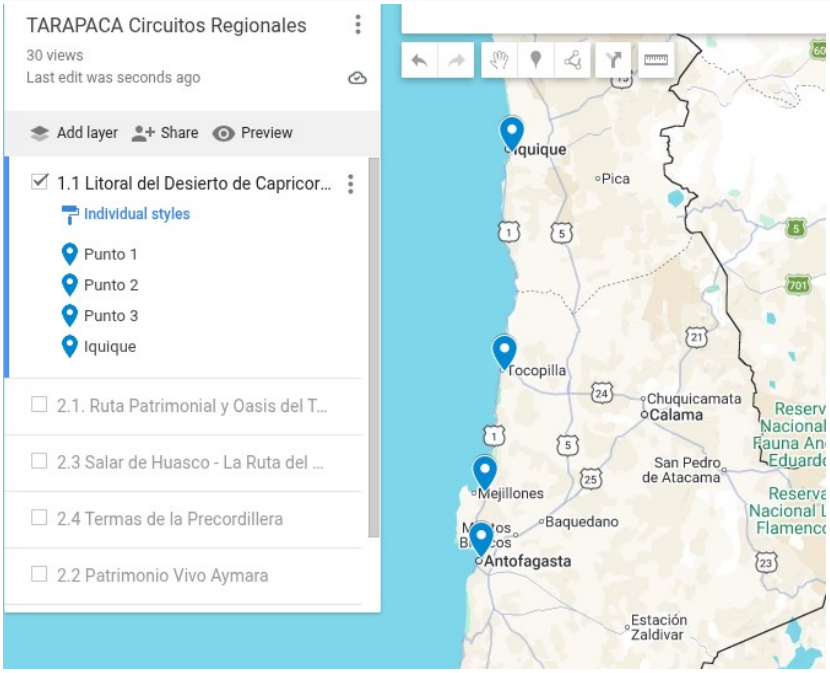
Los mapas de referencia incluidos en cada circuito se elaboraron mediante la herramienta Google My Maps. Debido a las especificaciones técnicas de la plataforma, se representan los hitos y atractivos principales de cada recorrido con el fin de proporcionar una visión general del territorio. Por consiguiente, cada mapa cumple una función orientativa e ilustrativa para facilitar la lectura e interpretación de los itinerarios propuestos.

A. Eslabones territoriales asociados al eje troncal CBC

Sección 1. Acceso a Puertos

Ficha 1.1. Litoral del Desierto de Capricornio (Desierto Costero de Atacama)

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	o Litoral del Desierto de Capricornio (Desierto Costero de Atacama)
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Circuito de acceso a puertos que recorre el litoral costero del Corredor Bioceánico de Capricornio que conecta los nodos urbanos y portuarios de Iquique y Antofagasta mediante la Ruta 1, articulando ciudades costeras, caletas, playas, paisajes del Desierto Costero de Atacama y experiencias de observación de fauna marina y aves. Se vincula con el Corredor Bioceánico de Capricornio mediante conexiones hacia la Ruta 5 y otros ejes de conectividad regional.
Motivación principal de viaje	Turismo de sol y playa, turismo de compras, avistaje de fauna marina (cetáceos, aves guaneras y pelágicas, lobos marinos y pingüinos de Humboldt) y turismo gastronómico "de mar a la mesa".
Estado de desarrollo	Existen ofertas desarrolladas y promocionadas desde cada región pero no articulada en un circuito Integrado
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 1 – Acceso a Puertos.
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Tarapacá (Provincia de Iquique) y Región de Antofagasta (Provincias de El Loa, Tocopilla y Antofagasta).

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	4 días / 3 noches (pernocte en Iquique, Mejillones y Antofagasta, según itinerario tentativo).
Temporalidad recomendada	El circuito puede operar todo el año. No obstante, si se centra en la observación de Ballenas: Entre Diciembre/Abril (para el avistaje de Ballenas Jorobadas *(Megaptera novaengliae)* y Ballena Fin o de de Aleta (*Balaenoptera physalus*). Entre Julio a Octubre (para el avistaje de Ballena Franco Austral en migración reproductiva, aunque en menor frecuencia) Durante todo el año se pueden observar delfines nariz de botella *(Tursiops truncatus)*, delfines oscuros *(Lagenorhynchus obscurus)* y poblaciones residentes de lobos marinos comunes *(Otaria flavescens).*
Cobertura territorial	2 Regiones (Tarapacá y Antofagasta); 3 Provincias (Iquique, Tocopilla y Antofagasta); Comunas de Iquique, Tocopilla, Mejillones y Antofagasta.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Iquique y Antofagasta (centros urbanos que actúan como nodo crítico de servicios, puntos de enlace y logística, y como Centros Turísticos de Estadía y Distribución de las corrientes turísticas, con planta de alojamiento y servicios turísticos desarrollado); Mejillones (Centro Turístico de Excursión o nodo de escala recreativa).
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 1 y Ruta 5 (esta última integrante del Corredor Bioceánico); recorrido litoral con cruce del Río Loa entre las regiones de Tarapacá y Antofagasta.
Atractivos ancla	Sol y playa; Turismo de compra en la ZOFRI; Ruta 1 Ruta Escénica Costera. (Paisaje del Desierto Costero de Atacama y Cordillera de la Costa). Fauna marina y avifauna costera.
Atractivos complementarios	Playas del litoral iquiqueño (Cavancha, Brava, El Morro, Bellavista, Huayquique, Chanavayita); patrimonio histórico y cultural de la Plaza Baquedano; Monumento Natural La Portada; Mano del Desierto; playas del litoral antofagastino (Juan López, Balneario Municipal, Cifuncho, Tierra del Moro); Observatorio Astronómico Paranal (VLT, Very Large Telescope).
Experiencias clave del circuito	Experiencia de compras y urbanidad en Iquique (módulos de ZOFRI, casco histórico patrimonial y costanera de Cavancha); turismo de aventura en Cerro Dragón (dunas urbanas de 4 km. Sandboard y parapente frente al océano Pacífico); circuitos marinos de avistaje de cetáceos en Mejillones (ballenas fin, azul, minke y jorobada; delfines como la especie risso y el calderón); circuito de observación de aves en costa (piquero, guanay, pelícano peruano y gaviotín chico, especie protegida) y en navegación albatros y petreles; ecoturismo náutico y fauna marina nativa (lobos marinos de un pelo y pingüinos de Humboldt, en lancha o kayak costero cerca de La Portada o las loberías de Mejillones, respetando las distancias técnicas de conservación; turismo gastronómico "de mar a la mesa" (mariscos y pescados de roca como congrio o corvina; platos reconocidos internacionalmente como el caldillo de congrio y las pailas marinas).

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Iquique: compras, historia y atardecer litoral. Mañana dedicada al turismo de compras en ZOFRI; almuerzo de gastronomía marina en la Caleta Guardiamarina Riquelme (congrio o corvina); tarde de recorrido patrimonial por el casco histórico (calle Baquedano) y caminata técnica por la costanera y Playa Cavancha; cena y pernocte en Iquique. Opcional turismo de aventura en Cerro Dragón (Sandboard y parapente frente al océano Pacífico); Día 2 — Travesía escénica de la Ruta 1, de Tarapacá a Antofagasta. Salida por la Ruta 1 costera hacia el sur, con tramo escénico donde el acantilado de la Cordillera de la Costa muere en el mar y paradas fotográficas en caletas rurales al sur de Iquique (Chanavayita / Río Seco); cruce del Río Loa y control fronterizo, ingreso a la Región de Antofagasta; almuerzo y escala técnica de reabastecimiento en Tocopilla; visita al Balneario de Hornitos (playas de aguas templadas y acantilados de arena); atardecer en el centro recreativo de Mejillones, con paseo por la costanera para avistamiento de aves costeras (piqueros, pelícanos y el gaviotín chico protegido); cena y pernocte en Mejillones. Día 3 — El misterio marino: avistaje de cetáceos y aves pelágicas. Salida a las 08:00 en circuito marino de navegación desde el puerto de Mejillones hacia las aguas protegidas de la bahía y la península de Mejillones, dedicado al avistaje de ballenas (fin, azul, minke o jorobada) y grandes familias de delfines; almuerzo tipo *box-lunch* a bordo o almuerzo tardío en Caleta Errázuriz; navegación hacia el Santuario de la Naturaleza "Roca de la Lobería" para observar lobos marinos de un pelo y pingüinos de Humboldt, con práctica de obseración de aves pelagicas (pelagic birdwatching) en el regreso (albatros y petreles); desplazamiento por tierra hacia Antofagasta; cena y pernocte en el sector de la Av. del Mar, Antofagasta. Día 4 — Hito geomorfológico y cierre de circuito. Visita al Monumento Natural La Portada, con recorrido por los miradores del farellón costero para fotografiar el arco de roca sedimentaria y observar colonias de aves guaneras (guanay y piqueros); recorrido por el muelle y el barrio histórico de Antofagasta; almuerzo de despedida en el Mercado Central de Antofagasta; fin de los servicios y traslado al Aeropuerto Andrés Sabella de Antofagasta, o conexión con el tramo internacional del Corredor Bioceánico hacia el NOA argentino.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Iquique (día 1), Mejillones (día 2), Antofagasta (día 3). Paradas: Caleta Guardiamarina Riquelme, caletas rurales de Chanavayita /Río Seco, Tocopilla, Balneario de Hornitos, Caleta Errázuriz, Roca de la Lobería, Av. del Mar (Antofagasta), Mercado Central de Antofagasta.
Actividades principales	Compras en ZOFRI; recorrido patrimonial en el casco histórico de Iquique; sandboard y parapente en Cerro Dragón; navegación con avistaje de cetáceos y delfines; observación de aves costeras y pelágicas; navegación/kayak para observación de lobos marinos y pingüinos de Humboldt; visita a La Portada; recorrido por el barrio histórico y el muelle de Antofagasta.

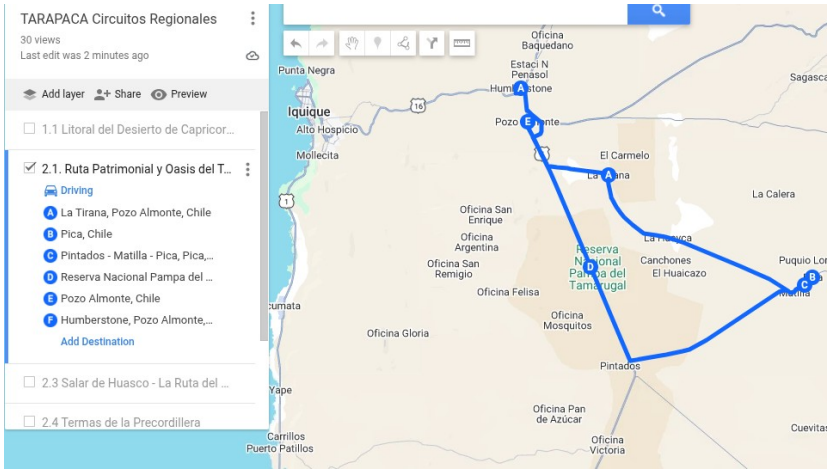
5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Iquique y Antofagasta cuentan con planta de alojamiento y servicios turísticos desarrollada, en su carácter de Centros Turísticos de Estadía y Distribución.
Conectividad y accesos	Ruta 1 y Ruta 5 (esta última integrante del Corredor Bioceánico); control interno de fiscalización y control de carga en el cruce del Río Loa entre las regiones de Tarapacá y Antofagasta; Aeropuerto Andrés Sabella de Antofagasta como punto de cierre o conexión con el tramo internacional del Corredor hacia el NOA argentino.
Condiciones de operación	Navegación en embarcaciones menores autorizadas para el avistaje de cetáceos; respeto de las distancias técnicas de conservación en la observación de fauna protegida (gaviotín chico como especie protegida; Roca de la Lobería como Santuario de la Naturaleza).

Sección 2. Pasos Andinos

Ficha 2.1. - Ruta Patrimonial y Oasis del Tamarugal - "De las Caravanas Ancestrales al Oasis de la Pampa"

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.1. Ruta Patrimonial y Oasis del Tamarugal - "De las Caravanas Ancestrales al Oasis de la Pampa"
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Circuito turístico-cultural que interpreta el Tamarugal como territorio histórico de conexión entre la costa del Pacífico, los oasis, la Pampa del Tamarugal y los espacios andinos. El recorrido vincula las antiguas rutas caravaneras y el intercambio entre pueblos originarios con la transformación del territorio durante el ciclo salitrero, la agricultura de oasis, la religiosidad popular y las nuevas experiencias de naturaleza y astroturismo.
Motivación principal de viaje	Turismo cultural y patrimonial, arqueológico, religioso, de naturaleza, agroturismo, termalismo y astroturismo, articulados en torno al patrimonio salitrero, las rutas caravaneras, los geoglifos, la religiosidad popular y los oasis del Desierto de Tarapacá.
Estado de desarrollo	Existe oferta turística consolidada desde Iquique, principalmente bajo modalidad full day hacia las salitreras, La Tirana y Pica. Sin embargo, existe oportunidad de evolucionar hacia un circuito integrado de mayor duración que articule patrimonio salitrero, arqueología, oasis, agroturismo, termalismo, astroturismo, naturaleza y observación de fauna, generando mayor permanencia y gasto turístico en el territorio.
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 Pasos Andinos
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Tarapacá, Provincia del Tamarugal.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	2 días / 1 noche.
Temporalidad recomendada	Todo el año. Fiesta Virgen de La Tirana en julio.
Cobertura territorial	Región de Tarapacá; Provincia del Tamarugal; comunas de Pozo Almonte y Pica.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Pozo Almonte, La Tirana y Oasis de Pica.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 5 y rutas A-665 y A-685; combinación de patrimonio salitrero, religiosidad popular, agroturismo de cítricos,patrimonio arqueológico, patrimonio vitivinícola del desierto y ecosistemas de la Pampa del Tamarugal.
Atractivos ancla	Ex oficinas salitreras Humberstone y Santa Laura (sitio Patrimonio Mundial de la UNESCO); La Tirana, capital de la devoción popular; Pica, "el jardín del desierto" y primer Pueblo Starlight de América Latina; Reserva Nacional Pampa del Tamarugal; Fiesta Virgen de La Tirana; Geoglifos de Pintados.
Atractivos complementarios	Patrimonio salitrero y ferroviario; iglesia y museo del Santuario de La Tirana; plantaciones de cítricos y frutales; viñedos históricos y patrimonio vitivinícola; calles y viviendas coloniales de adobe; cielos oscuros; termas de Pica; la Cocha; bosques de tamarugo; senderos interpretativos; fotografía de naturaleza. Valle de los Dinosaurios
Experiencias clave del circuito	Turismo cultural (visitas interpretativas a ex oficinas salitreras y oasis del Tamarugal); turismo religioso (visita a la iglesia y el pueblo de La Tirana; Santuario Virgen del Carmen, con participación en la fiesta patronal, y observación de arquitectura colonial); agroturismo (visita a plantaciones de cítricos, recorrido por huertos y degustación de frutas y productos derivados del limón de Pica); turismo termal (baño en las cochas del Resbaladero); caminatas en las dunas de Pica y astroturismo; gastronomía típica (degustación de vino del desierto con interpretación de la historia vitivinícola del lugar y visita al lagar de Matilla). Turismo arqueológico (visita a los “Geoglifos de Pintados” recientemente formalizados como Punto de Observación Astropatrimonial).

4. Itinerario Base

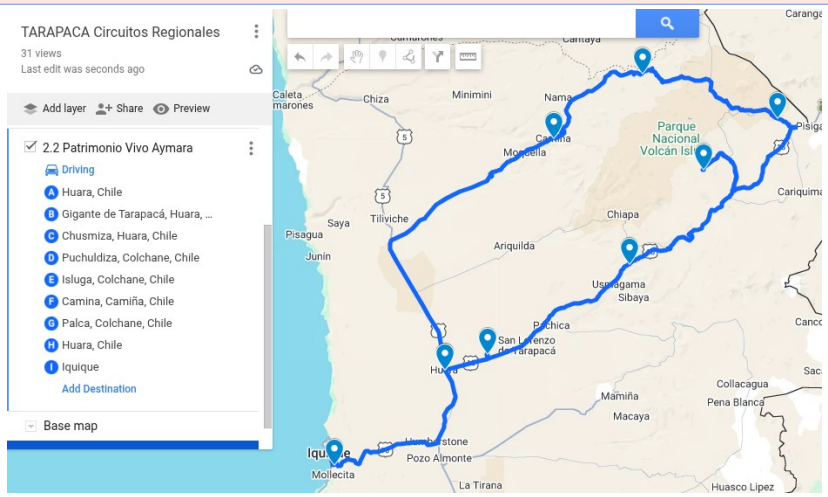
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Campamento salitrero y los oasis del Tamarugal. Mañana: visita interpretativa al campamento salitrero de Humberstone y Santa Laura; continuación hacia el pueblo de La Tirana para visitar la iglesia, el santuario y la plaza principal, y conocer la religiosidad popular del Norte Grande. Tarde: visita (previa coordinación) al lagar de Matilla, con degustación e interpretación del terroir "vino del desierto"; visita al Valle de los Dinosaurios en Pica y baño recreativo en la Cocha Resbaladero; paseo por el pueblo y caminata o bicicleta de montaña (MTB) por los alrededores de las dunas de Pica, con observación del atardecer; astroturismo con interpretación astronómica y cosmovisión andina. Día 2 — Geoglifos de Pintados, Reserva Nacional Pampa del Tamarugal. Mañana: visita al sitio arqueológico de los Geoglifos de Pintados, recorriendo los senderos interpretativos y el centro de visitantes para comprender las antiguas rutas caravaneras prehispánicas y el intercambio entre la costa, el altiplano y los oasis del desierto. Tarde: caminata ecológica por senderos del bosque de tamarugos, con interpretación de la adaptación de las especies al ambiente desértico extremo, y observación sistemática de especies únicas con registro en la plataforma mundial de aves e-bird, contribuyendo a su estudio y conservación (Entre las especies figuran) el comesebo del Tamarugo (*Conirostrum tamarugense*), en peligro (EN) según la Lista Roja de la UICN—, además de otras especies de fauna como el tuco-tuco del Tamarugal (*Ctenomys robustus*, roedor subterráneo endémico de las áreas salinas y arbustivas de la cuenca del corredor de Tarapacá), el lagarto del desierto (*Microlophus tarapacensis*, antes *Tropidurus*, reptil endémico adaptado a la hiperaridez) y el zorro culpeo (*Lycalopex culpaeus*). Los registros fotográficos, fílmicos o auditivos de los visitantes contribuyen como ciencia ciudadana al monitoreo de las especies por parte de los encargados de la Reserva, científicos y conservadores.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Pica (1 noche), Paradas: Humberstone y Santa Laura, La Tirana, Matilla, Valle de los Dinosaurios (Pica), Cocha Resbaladero, dunas de Pica, Geoglifos de Pintados, bosque de tamarugos.
Actividades principales	Visita interpretativa a campamentos salitreros; visita religiosa a iglesia y santuario de La Tirana; degustación e interpretación de vino del desierto en el lagar de Matilla; baño recreativo en la Cocha Resbaladero; caminata o recorrido en bicicleta de montaña (MTB) por los ardedores de dunas de Pica; astroturismo; visita arqueológica a Geoglifos de Pintados; caminata ecológica y observación de fauna en la Reserva Nacional Pampa del Tamarugal.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Conectividad y accesos	Ruta 5 y rutas A-665 y A-685.
Condiciones de operación	Visita al lagar de Matilla sujeta a coordinación previa; observación de fauna con grado de amenaza (comesebo del Tamarugo) bajo criterios de conservación y ciencia ciudadana (registro en plataforma e-bird). El circuito puede operar desde Iquique o Pozo Almonte y requiere guía especializado en flora y fauna local.

Ficha 2.2. Patrimonio Vivo Aymara

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.2. Patrimonio Vivo Aymara
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Circuito turístico de montaña que articula la Ruta 15-CH con caminos secundarios hacia la precordillera y el altiplano de Tarapacá, conectando comunidades Aymara, paisajes volcánicos, bofedales, lagunas altoandinas, termas, patrimonio arquitectónico y ceremonial. El circuito pone en valor la continuidad de las formas de vida, conocimientos y expresiones culturales Aymara en un territorio de alta montaña.
Motivación principal de viaje	Turismo cultural comunitario Aymara, turismo rural comunitario, turismo de naturaleza y observación de aves altoandinas, turismo termal, geoturismo, senderismo e interpretación del paisaje volcánico y de los ecosistemas de altura.
Estado de desarrollo	Existe oferta turística parcial y fragmentada, principalmente mediante excursiones de jornada completa desde Iquique hacia Camiña, Laguna Roja, Colchane, Parque Nacional Volcán Isluga y otros atractivos del altiplano. Sin embargo, los distintos componentes todavía presentan baja articulación como circuito integrado, debido principalmente a las condiciones de conectividad, caminos secundarios y necesidad de coordinación con comunidades y prestadores locales.
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 Pasos Andinos
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Tarapacá y Región de Arica y Parinacota; Provincia del Tamarugal.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	6 días / 5 noches.
Temporalidad recomendada	Abril a Noviembre - en temporada de verano sujeta a condiciones climáticas
Cobertura territorial	Regiones de Tarapacá y Arica; Provincia del Tamarugal; Comunas de Pozo Almonte, Huara, Camiña y Colchane.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Huara, Chusmiza, Puchuldiza, Cariquima, Colchane, Enquelga, Isluga y Camiña, además de localidades y comunidades Aymara vinculadas al circuito.
Atributos que incluye	Patrimonio vivo Aymara en territorios de alta montaña, donde cultura, volcanismo, naturaleza y comunidades se integran en una experiencia auténtica de los Andes de Tarapacá
Atractivos ancla	Cultura viva Aymara; Parque Nacional Volcán Isluga.
Atractivos complementarios	Volcán Isluga; géisers de Puchuldiza; termas de Chusmiza; iglesia de Isluga; pueblo de Mauque; Enquelga; bofedales y lagunas altoandinas; flora y fauna del altiplano; terrazas agrícolas tradicionales; lagunas de colores.
Experiencias clave del circuito	Experiencia cultural Aymara (recorridos interpretativos junto a habitantes locales sobre cosmovisión, tradiciones, arquitectura, iglesias coloniales, terrazas agrícolas y formas de vida del altiplano); turismo rural comunitario (participación en actividades cotidianas como pastoreo de llamas, manejo de alpacas, agricultura tradicional y elaboración de alimentos ancestrales); turismo termal (baños en las termas de Chusmiza, de propiedades mineromedicinales, en entorno de quebrada precordillerana, o baños termales en el altiplano de Enquelga); turismo geológico (visita interpretativa a los géisers de Puchuldiza para observar fumarolas, aguas termales y fenómenos geológicos asociados al volcanismo andino); ecoturismo altoandino (recorridos por el Parque Nacional Volcán Isluga para interpretar ecosistemas alto andinos, bofedales, volcanes, lagunas, flora nativa y observación de aves).

4. Itinerario Base

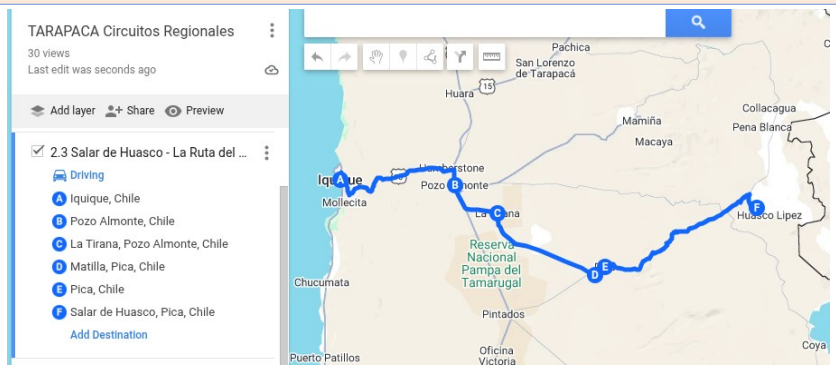
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Huara – Chusmiza. Mañana: salida desde Huara por la Ruta 15-CH, interpretando el paisaje desértico y de transición hacia la precordillera; recorrido por el pueblo de Chusmiza y su mirador; introducción a la cultura Aymara; comida tradicional (calapurca, sopa de quinua, carne de llama, té de rica-rica). Tarde: baños termales en Chusmiza; caminata por senderos tradicionales con interpretación de flora medicinal. Pernocte en Chusmiza. Día 2 — Chusmiza – Puchuldiza – Cariquima. Mañana: visita a los géisers de Puchuldiza con interpretación geológica; caminata por el campo geotermal; observación de fumarolas; picnic andino de almuerzo. Tarde: visita al pueblo e iglesia de Cariquima y a la comunidad indígena de Ancuaque. Pernocte en Cariquima. Día 3 — Colchane – Parque Nacional Isluga. Mañana: recorrido hacia Colchane, con visita al mercado artesanal y a la artesanía en fibra de alpaca; visita a pueblos tradicionales como Enquelga e Isluga, con sus iglesias coloniales, terrazas de cultivo, arquitectura en piedra y tradiciones ancestrales; en el Parque Nacional Volcán Isluga, senderismo con guía local, fotografía de paisaje y observación de flora y fauna. Pernocte en Enquelga o Colchane (según disponibilidad) Día 4 — Isluga – Camiña: En la mañana, descenso del altiplano hacia el valle. Salida desde Isluga hacia Camiña, realizando el descenso desde el altiplano hacia los valles precordilleranos de Tarapacá. El trayecto permite interpretar el cambio de pisos ecológicos, paisajes y formas tradicionales de ocupación del territorio. Llegada a Camiña, almuerzo y recorrido por el poblado y su valle agrícola, con observación de las terrazas de cultivo y sistemas tradicionales de manejo del agua. Por la tarde, visita a los petroglifos de Chillayza y experiencia de agroturismo en chacras tradicionales, con posibilidad de conocer cultivos andinos y gastronomía local. Pernocte en Camiña. Día 5 — Camiña – Nama – Lagunas de Amuyo. Salida temprano desde Camiña hacia Nama, comunidad Aymara situada en el sector alto del valle. Visita e interpretación del patrimonio cultural y paisajístico de la comunidad, acompañada por guía local. Continuación en vehículo 4x4 hacia el complejo de laguna Roja y las lagunas Amarilla y Verde de Amuyo, recorriendo huellas de montaña y sectores de elevada altitud. Interpretación del paisaje volcánico, humedales altoandinos y características cromáticas de las lagunas. Tiempo para fotografía y contemplación del paisaje. Regreso por Nama hacia Camiña. Pernocte en Camiña. Día 6 — Camiña – Huara – Gigante de Tarapacá. Salida de Camiña hacia Huara, completando el descenso hacia la Pampa del Tamarugal. En ruta, interpretación del paisaje desértico y visita al sector del Gigante de Tarapacá, geóglifos emblemático de la región. Continuación hacia Huara y, según el diseño del circuito, posibilidad de finalizar el programa en Huara, continuar hacia Pozo Almonte o conectar con Iquique.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Chusmiza (1), Cariquima (1), Enquelga o Colchane (1). Camina (2) dias Paradas: mirador de Chusmiza, géiser de Puchuldiza, pueblo e iglesia de Cariquima, comunidad de Ancuaque, mercado artesanal de Colchane, Enquelga, Isluga, Parque Nacional Volcán Isluga, lagunas de colores de Amuyo, Nama, Camiña, petroglifos de Chillayza.
Actividades principales	Interpretación cultural Aymara; comida tradicional altiplánica; baños termales (Chusmiza y Enquelga); visita geológica a los géiseres de Puchuldiza; visita a comunidades y pueblos tradicionales del altiplano; compra de artesanía en fibra de alpaca; senderismo, fotografía de paisaje y observación de flora y fauna en el Parque Nacional Volcán Isluga; agroturismo en Camiña; visita a petroglifos.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Servicios de alimentación: (régimen adaptado) Desayuno y almuerzo rústico/típico en poblados altiplánicos (como Enquelga, Colchane, Camiña). Raciones de marcha (snacks energéticos) y suministro constante de agua para hidratación continua. Servicio de Alojamiento: Alojamientos o refugios comunitarios en poblados locales (por ejemplo, en Enquelga, Colchane y Camiña), los cuales requieren reserva o gestión previa directa con los pobladores aymaras. Para actividades de alta exigencia y recorridos prolongados sobre los 3.500–4.000 m, se recomienda implementar ficha de antecedentes de salud, declaración de aptitud para la actividad y consentimiento informado, conforme al protocolo de seguridad del operador. Los guías deben ser especializados e idealmente registrados por Sernatur. Tener conocimiento en la ruta altiplánica, geografía andina, flora y fauna (avistamiento de aves e indicadores biológicos) y cultura local Aymara. Protocolo de operación: Sería conveniente a la salida de cada viaje elevar itinerario y lista de pasajeros a los comisaría o retén de carabinero más cercano.
Conectividad y accesos	Ruta 15-CH, complementada con rutas secundarias consolidadas y caminos de ripio A-385, A-465 y A-487. A-41 - El tramo Isluga / Camiña: es un camino de montaña consolidado y ripio que requiere vehículo alto 4x4 e información previa de accesibilidad
Condiciones de operación	Se requiere operar con grupos chicos, ficha médica y consentimiento informado protocolo de aclimatación gradual de pasajeros. Coordinación con organismo viales y climáticos para conocimiento de estado de ruta y clima. Además de vehículos 4x4 o minibuses ejecutivos aptos para tramos de altura. Sistemas de oxígeno y botiquines de primeros auxilios para mal de altura. Equipos de comunicación satelital para los tramos desérticos e intermedios de alta montaña Indumentaria técnica por capas (para la amplitud térmica extrema entre la costa húmeda/desértica y el frío seco de la Puna). Este circuito presenta una opción de extensión trinacional que propone transformar el circuito en una experiencia internacional de larga distancia que articula Chile, Bolivia y Argentina, aprovechando la conectividad terrestre y ferroviaria existente entre el altiplano de Tarapacá, el altiplano boliviano, la Quebrada de Humahuaca y el desierto de Atacama. El recorrido puede iniciarse en Iquique, continuar hacia Colchane – Pisiga, ingresar a Bolivia y conectar con Oruro y desde allí a Uyuni y Tupiza, en tren para posteriormente ingresar a Argentina por Villazón – La Quiaca, recorrer la Quebrada de Humahuaca (Ticara Purmamarca en Tren Solar), desde donde se realiza el traslado terrestre hacia San Pedro de Atacama, cruzando nuevamente la frontera argentino–chilena por el Paso de Jama. O una extensión binacional Chile-Bolivia, repitiendo el circuito Iquique-Colchane- Oruro-Uyuni regresando a Chile por Ollagüe o Hito Cajón a San Pedro de Atacama

Ficha 2.3. Salar de Huasco - La Ruta del Flamenco Andino (GCFA)

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	Salar de Huasco - La Ruta del Flamenco Andino (GCFA)
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Adentrarse en uno de los ecosistemas más frágiles de la Puna chilena para comprender su trascendencia como humedal de refugio, alimentación y nidificación de especies adaptadas a condiciones extremas, destacando como uno de los hábitats clave para la conservación de los flamencos altoandinos.
Motivación principal de viaje	Observación de avifauna altoandina (flamencos y otras especies altoandinas) y turismo de naturaleza enfocado en la conservación con componente de ciencia ciudadana.
Estado de desarrollo	Se operan desde Iquique en sistema full day
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Tarapacá, Provincia del Tamarugal, Comuna de Pica.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	1 día (excursión de jornada completa).
Temporalidad recomendada	Todo el año - en verano sujeta a condiciones climáticas; es conveniente en verano operarlo en dos días con alojamiento en Pica para concretar la actividad de observación en la mañana y regresó al mediodía atento a que las lluvias del verano se suceden por la tarde
Cobertura territorial	Región de Tarapacá; Provincia del Tamarugal; Comuna de Pica. El circuito puede operar desde Iquique, Pozo Almonte o Pica según el destino de partida.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Pozo Almonte, La Tirana, Matilla, Pica, Salar de Huasco.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 5 y rutas A-665 y A-685
Atractivos ancla	Salar de Huasco: Humedal de importancia internacional (Sitio Ramsar y Santuario de la Naturaleza) compuesto por un complejo sistema de lagunas salinas, bofedales y vegas altoandinas. Sitio crítico de alimentación, descanso y nidificación para tres especies de flamencos y diversa avifauna migratoria y endémica.
Atractivos complementarios	Pampa del Tamarugal; Poblado y Santuario de La Tirana; Oasis de Matilla, con patrimonio agrícola y cultural; y Oasis de Pica, con patrimonio agrícola, aguas termales, cochas y microclima.
Experiencias clave del circuito	Observación de flamencos en su hábitat natural; caminata interpretativa alrededor del salar; identificación de especies de flora y fauna; fotografía de naturaleza; registro de biodiversidad mediante la plataforma eBird. La actividad de ciencia ciudadana o "monitoreo participativo" (registro en eBird e iNaturalist, con telescopio, binoculares, guías de campo y checklist) constituye un valor diferenciador del circuito, al transformar al visitante en colaborador activo de la conservación y combinar turismo de naturaleza, educación ambiental y generación de datos científicos. Se recomienda ejecutar esta actividad con una lista preliminar de especies emblemáticas, endémicas, casi endémicas o en peligro, de fácil registro por su observabilidad o abundancia en el lugar (Ver Especies).

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Mañana: salida desde Iquique hacia la comuna de Pica, con interpretación del paisaje desértico, la Pampa del Tamarugal y la historia de los oasis durante el recorrido; breve parada en Pica para apreciar su cultura, microclima y patrimonio agrícola; ascenso al Salar de Huasco con interpretación del tránsito del desierto a los bofedales y humedales altoandinos. En el Salar de Huasco, recorrido por los sectores habilitados para la observación e inicio de la actividad de ciencia ciudadana ("monitoreo participativo"), con registro en las plataformas eBird o iNaturalist. Tarde: continúa la observación de biodiversidad y paisaje andino, con interpretación ambiental de vegas, bofedales y procesos ecológicos del salar; en el regreso se realizan paradas técnicas y panorámicas.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Sin pernocte. En verano es conveniente operar en dos días con noche en San José de Pica para realizar la actividad de observación en la mañana temprano y regreso al medio día Paradas: Pica, ascenso al Salar de Huasco, sectores habilitados de observación dentro del salar.
Actividades principales	Interpretación del paisaje desértico y del oasis de Pica; observación y monitoreo participativo de avifauna y flora altoandina (eBird / iNaturalist); fotografía de naturaleza; interpretación ambiental de vegas y bofedales.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Transportación turística especializada para alta montaña y servicios de guianza con especialización en ornitología/naturaleza y primeros auxilios en zonas remotas
Conectividad y accesos	Ruta 5 y Rutas A-665 y A-685; se recomienda vehículo todo terreno.
Condiciones de operación	Recorrido restringido a los sectores habilitados para la observación dentro del Salar de Huasco (área RAMSAR); actividad de monitoreo participativo con equipamiento técnico de observación (telescopio, binoculares, guías de campo, checklist) y registro en plataformas científicas (eBird, iNaturalist).
Equipamiento obligatorio	Conveniente vehículos 4x4 o minibuses ejecutivos aptos para tramos de altura Sistemas de oxígeno y botiquines de primeros auxilios para mal de altura Equipos de comunicación satelital para los tramos alta montaña y del salar. Guia Especializado en montaña.

6. Especies (listado sistematico de especies emblemáticas)

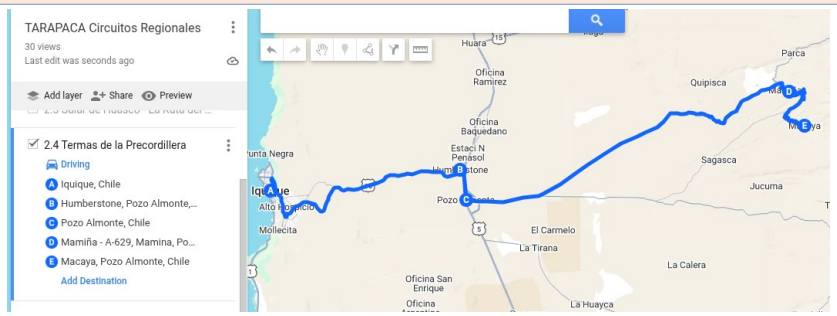
Especie (flora y fauna)	Nombre científico	Importancia
Flamenco Chileno	*Phoenicopterus chilensis*	Casi Amenazado (UICN).
Parina Grande	*Phoenicoparrus andinus*	Vulnerable (UICN). Prioridad del Grupo de Conservación del Flamenco Andino (GCFA
Parina Chica	*Phoenicoparrus jamesi*	Casi Amenazado (UICN). Especie característica de salares altoandinos
Caití o aboceta andina	*Recurvirostra andina*	Especialista de humedales altoandinos.
Gallareta Gigante o Tagua	*Fulica gigantea*	Especie emblemática de lagunas altoandinas
Gaviota Andina	*Chroicocephalus serranus*	Indicadora de humedales altoandinos
Chorlo Andino	*Vanellus resplendens*	Frecuente en vegas y pastizales.
Queñoa de Altura	*Polylepis tarapacana*	Flora vulnerable
Llareta	*Azorella compacta*	Flora vulnerable
Vicuña	*Vicugna vicugna*	Especies protegidas. En recuperación

https://www.inaturalist.org/check_lists/160157-Salar-de-Huasco-Check-List?utm_source=chatgpt.com

Fuentes del listado de especies: iNaturalist, Check list Salar de Huasco (https://www.inaturalist.org/check_lists/160157-Salar-de-Huasco-Check-List); eBird Chile (https://ebird.org/chile/explore).

Ficha 2.4. Termas de la Precordillera

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	Termas de la Precordillera
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Ruta del bienestar termal, geocultura e identidad andino-pampeana en la precordillera del desierto de Atacama. El circuito combina el descanso y la desconexión en fuentes termales y barros curativos con el descubrimiento de la arquitectura en piedra toba rosada y la riqueza cultural de los pueblos originarios.
Motivación principal de viaje	Turismo de salud y bienestar (spa termal), senderismo interpretativo y patrimonio cultural y arqueológico.
Estado de desarrollo	El circuito es operado en programa full day
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Tarapacá, Provincia del Tamarugal, Comuna de Pozo Almonte.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	2 días / 1 noche, con extensión opcional a Macaya.
Temporalidad recomendada	Es operable todo el año
Cobertura territorial	Región de Tarapacá; Provincia del Tamarugal; Comuna de Pozo Almonte.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Pozo Almonte, Mamiña (opcional: Macaya).
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 5 y Ruta A-65; opcionalmente Ruta A-629 hacia Macaya.
Atractivos ancla	Termas y barros chinos de Mamiña; Iglesia San Marcos de Mamiña; pukará y terrazas agrícolas prehispánicas.
Atractivos complementarios	Salitreras de Humberstone y Santa Laura; Reserva Nacional Pampa del Tamarugal.
Experiencias clave del circuito	Turismo de salud y bienestar (spa); senderismo e interpretación; fotografía de paisaje y arquitectura; visita a ruinas arqueológicas y terrazas agrícolas prehispánicas.

4. Itinerario Base

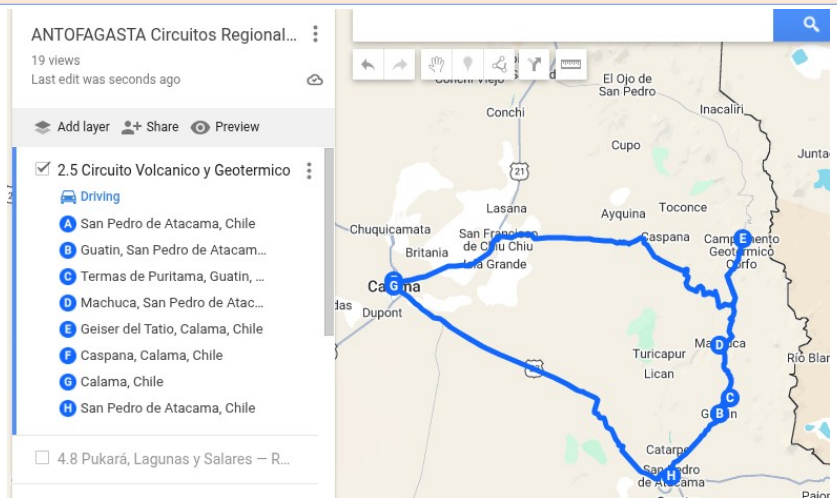
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1. Mañana: salida de Iquique y visita a las salitreras de Humberstone y Santa Laura; ascenso disfrutando la transición del desierto a las quebradas andinas; circuito peatonal en Mamiña por la Iglesia San Marcos, los miradores de la arquitectura en piedra de toba rosada y las terrazas agrícolas prehispánicas, con avistaje de ruinas arqueológicas. Tarde: primera sesión termal en los barros chinos o en la tina Ilpa. Noche: observación de los cielos oscuros a ojo desnudo, a cargo del guía del grupo. Pernocte. Día 2. Partida al poblado de Macaya; visita a la Iglesia San Francisco de Macaya, actividades de agricultura tradicional, antiguas explotaciones miera y patrimonio andino e inmersión en pileta y pozas rústicas con aguas sulfatadas y cloruradas a 38° de temperatura, dispuestas al aire libre y administradas por la comunidad; práctica de hidroterapia y descanso a la sombra de la vegetación nativa para permitir la absorción mineral de las aguas. Tarde: regreso a destino.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Mamiña. Paradas: Humberstone y Santa Laura, Iglesia San Marcos de Mamiña, barros chinos / tina Ilpa, poblado de Macaya, Iglesia San Francisco de Macaya.
Actividades principales	Visita interpretativa a salitreras; circuito peatonal patrimonial en Mamiña; sesión termal en barros chinos o tina Ilpa; observación de cielos oscuros; hidroterapia en pozas rústicas de Macaya.(sujeto a disponibilidad)

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en Mamiña y Guías Especializados.
Conectividad y accesos	Ruta 5 y Ruta A-65; ramal opcional Ruta A-655 hacia Macaya.
Condiciones de operación	En Pica coordinación forma de pago adelantado y entrega de ticket para disponer de acceso rápido. Coordinar horarios de acceso. En Mamiña el pago es en efectivo y de forma directa en los balnearios (Ipla, Chichillapa y Barros) El Acceso a pozos termales de Macaya es administrado directamente por la comunidad local. En todos los casos es conveniente que las agencias dispongan de Ficha médica y contrato de consentimiento informado (donde se advierte expresamente a clientes con hipertensión arterial no controlada, afecciones cardíacas, varices severas o embarazadas de no disponer de tales servicios). Para su operación se requiere vehículo alto y chequear condiciones de accesibilidad y operatividad de la termas.

Ficha 2.5. Circuito Volcánico y Geotérmico

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.5. Circuito Volcánico y Geotérmico
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Experiencia de alta montaña que combina las bellezas altoandinas con las manifestaciones geotérmicas del desierto de Atacama.
Motivación principal de viaje	Trekking e interpretación de fenómenos geotérmicos, observación de flora y fauna altiplánica y turismo termal.
Estado de desarrollo	En operación desde San Pedro de Atacama
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Antofagasta, Provincia de El Loa, Comuna de San Pedro de Atacama.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	Modelo base de 1 día (jornada de madrugada a tarde); versión extendida de 2 días / 1 noche al integrarse con Toconce, Caspana y Calama.
Temporalidad recomendada	Es operable todo el año (importante tener en cuenta que las madrugadas invernales (junio-agosto) registran temperaturas extremas de hasta -10 °C a -15 °C para informar al turista como considerar las precauciones en recorrido por caminos congelados)
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de San Pedro de Atacama. En su versión extendida, el circuito puede integrarse con las localidades de Toconce, Caspana y Calama.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	San Pedro de Atacama, Guatín, Termas de Puritama, Machuca y Géiseres del Tatio. En la versión extendida: Toconce, Caspana y Calama.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta B-245 (tramo asfaltado y camino consolidado y de ripio en las zonas de mayor altitud).
Atractivos ancla	Campo geotérmico Géiseres del Tatio; Termas de Puritama.
Atractivos complementarios	Poblado de Machuca; cañón de Guatín.
Experiencias clave del circuito	Trekking entre cactus milenarios; observación de flora y fauna altiplánica; reconocimiento de fenómenos geotérmicos; interpretación y baño termal. Caminata en el cañón de Guatín con avistaje de los gigantes cardones de la especie *Echinopsis atacamensis* (sector con la mayor concentración de cardones gigantes de la región).

4. Itinerario Base

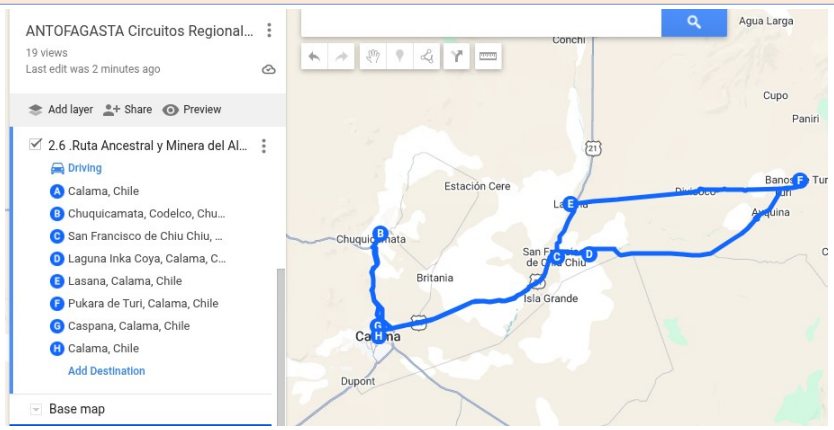
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Modelo base (jornada): madrugada, partida hacia los Géiseres del Tatio por la Ruta B-245 para presenciar las fumarolas al amanecer, con recorrido guiado por senderos demarcados; regreso con avistaje de aves en Machuca; baño en aguas termales. Tarde: caminata por el cañón de Guatín, avistando los cardones gigantes de la especie *Echinopsis atacamensis*. Itinerario sugerido (versión extendida, ensamblada con Toconce, Caspana y Calama): Día 1: salida de San Pedro de Atacama hacia los Géiseres del Tatio y Aguas Calientes, con camino secundario hacia Toconce y Caspana. Pernocte en alojamiento rural. Día 2: salida de Caspana, visita al Pukará de Lasana y al pueblo de San Francisco de Chiu Chiu; regreso a Calama. La fuente señala que este circuito podría integrarse en una propuesta continua entre San Pedro de Atacama y Calama, evitando el regreso por el mismo camino y combinando paisajes altoandinos, los Géiseres del Tatio, pueblos tradicionales, patrimonio arqueológico y arquitectura colonial.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: alojamiento rural en Toconce o Caspana (día 1 de la versión extendida). Paradas: Géiseres del Tatio, Machuca, Termas de Puritama, cañón de Guatín, Toconce, Pukará de Lasana, San Francisco de Chiu Chiu, Calama.
Actividades principales	Observación de fumarolas al amanecer; senderismo por senderos demarcados en el campo geotérmico; avistaje de aves en Machuca; baño en aguas termales de Puritama; caminata e interpretación de cardones gigantes en el cañón de Guatín; visita a pukará y pueblos tradicionales en la versión extendida.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento rural en Toconce y Caspana (versión extendida).
Conectividad y accesos	Ruta B-245, asfaltada en su tramo principal, con camino consolidado y de ripio en zonas de mayor altitud.
Condiciones de operación	Salida de madrugada para la observación de fumarolas al amanecer; recorrido guiado por senderos demarcados en el campo geotérmico.

Ficha 2.6. Ruta Ancestral y Minera del Alto Loa

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.6. Ruta Ancestral y Minera del Alto Loa
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Travesía patrimonial e histórica que une el contraste entre la minería a gran escala de Chuquicamata y el legado milenario del arte rupestre, la fe popular y la arquitectura tradicional de las comunidades atacameñas (lickanantay) a lo largo de la cuenca del río Loa.
Motivación principal de viaje	Turismo industrial y minero, turismo arqueológico y turismo rural comunitario.
Estado de desarrollo	Se operan desde Calama o San Pedro de Atacama
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Antofagasta, Provincia de El Loa, Comuna de Calama.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	3 días / 2 noches.
Temporalidad recomendada	Opera todo el año
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de Calama.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	San Francisco de Chiu Chiu, Valle de Lasana, Caspana.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 21-CH (pavimentada); Ruta B-165 / B-155, red secundaria que conecta Chiu Chiu con Ayquina, Turi y Caspana (camino consolidado, ripio y calamina); Ruta B-179 / huellas.
Atractivos ancla	Mina y campamento de Chuquicamata; Iglesia de San Francisco de Chiu Chiu; Pukará de Lasana; Santuario de la Virgen de Guadalupe; pinturas rupestres del cañón del Taira.
Atractivos complementarios	Pukará de Turi; valles y quebradas de Caspana; Laguna Inca Coya; sitios arqueológicos menores.
Experiencias clave del circuito	Turismo industrial y minero (visita técnica e histórica a la mina Chuquicamata); caminatas de baja dificultad en el cañón del Taira; turismo rural en Caspana.

4. Itinerario Base

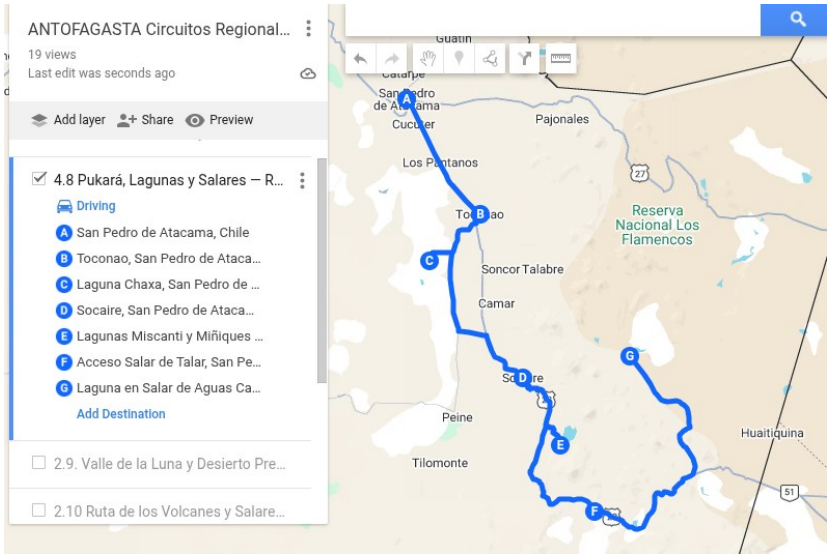
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — El coloso de Chuquicamata. Mañana: salida desde Calama hacia el campamento minero de Chuquicamata, con recorrido por el centro histórico del campamento y el mirador de la mina a cielo abierto. Tarde: visita a la Iglesia San Francisco de Chiu Chiu y caminata hacia la Laguna Inca Coya. Día 2 — Las pinturas rupestres de Taira. Mañana: recorrido por el Valle de Lasana y visita guiada al Pukará de Lasana; continuación por ruta interior hacia el sector de Taira, con turismo arqueológico y reconocimiento de los paneles de arte rupestre. Tarde: traslado hacia el Pukará de Turi, con reconocimiento de las estructuras prehispánicas e incaicas; arribo al poblado de Ayquina, con visita al Santuario de la Virgen de Guadalupe y al mirador del pueblo. Día 3 — Turismo rural en Caspana. Mañana: recorrido por el poblado de Caspana, con caminata por los senderos entre terrazas de cultivo, observación de la arquitectura tradicional e interacción con agricultores locales. Tarde: almuerzo típico en Caspana; inicio del retorno hacia Calama por la Ruta B-165, con paradas fotográficas en los miradores del cañón del Loa.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: sugiere pernoctar en la zona de Chiu Chiu o Ayquina (día 1) y en Caspana (día 2). Paradas: Chuquicamata, San Francisco de Chiu Chiu, Laguna Inca Coya, Valle de Lasana, Pukará de Lasana, cañón del Taira, Pukará de Turi, Ayquina, Santuario de la Virgen de Guadalupe, Caspana, miradores del cañón del Loa.
Actividades principales	Visita técnica e histórica a la mina Chuquicamata; caminata hacia la Laguna Inca Coya; visita guiada al Pukará de Lasana; turismo arqueológico en el cañón del Taira; visita al Pukará de Turi y al Santuario de la Virgen de Guadalupe en Ayquina; caminata rural e interacción con agricultores en Caspana.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Tipo de vehículo: Van de turismo, minibús o vehículo 4x2 / 4x4 de suspensión alta (no se requiere 4x4 técnico extremo, Equipamiento del vehículo: Neumático de auxilio, botiquín de primeros auxilios y sistema de climatización (calefacción/aire acondicionado). Botiquín de primeros auxilios y dotación mínima de 2 litros de agua embotellada por pasajero, indispensable debido a la baja humedad relativa y el clima desértico. Guia especializado acreditado por Sernatur convenientemente
Conectividad y accesos	Ruta 21-CH (pavimentada); Ruta B-165 / B-155 (camino consolidado, ripio y calamina) hacia Ayquina, Turi y Caspana; Ruta B-179 / huellas.
Condiciones de operación	Pagos de Ingreso: Gestión de pases para el Pukará de Lasana, el Museo Arqueológico de Lasana y las contribuciones de mantención comunitaria en Chiu Chiu y Caspana. Coordinación previa: Reserva previa de cupos en caso de coordinar visitas grupales a talleres artesanales, terrazas agrícolas o al Observatorio Paniri Caur. Requerimiento al turista de Ficha Médica y contrato de consentimiento informado.

Ficha 2.7. Pukará, Lagunas y Salares — Reserva Nacional de los Flamencos

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.7. Pukará, Lagunas y Salares — Reserva Nacional de los Flamencos
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Ecoturismo de extrema altura, salares y lagunas altiplánicas, con observación de avifauna, recorriendo uno de los ecosistemas más importantes del desierto de Atacama.
Motivación principal de viaje	Observación de flamencos y aves de alta montaña, fotografía de paisaje, interpretación geomorfológica y turismo cultural y gastronómico local.
Estado de desarrollo	El circuito se opera desde San Pedro de Atacama - en Tour privado.
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Antofagasta, Provincia de El Loa, Comuna de San Pedro de Atacama.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	1 día.
Temporalidad recomendada	Es operable todo el año. En invierno requiere chequear estado de rura por acumulacion de nieve y en verano chequear el clima por lluvia
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de San Pedro de Atacama.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	San Pedro de Atacama, Socaire, Toconao.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 23-CH (pavimentada hasta la cordillera).
Atractivos ancla	Lagunas altiplánicas: Laguna Chaxa, Laguna Miscanti y Miñiques, Piedras Rojas (Salar de Talar).
Atractivos complementarios	Poblado de Toconao (Quebrada de Jere); poblado de Socaire; Salar de Aguas Calientes.
Experiencias clave del circuito	Fotografía de paisaje; interpretación geomorfológica; avistamiento de flamencos y aves de alta montaña, con registro de biodiversidad mediante la plataforma eBird; turismo cultural y gastronómico local. El monitoreo participativo de ciencia ciudadana es una actividad diferenciadora del circuito, que integra turismo de naturaleza, educación ambiental y conservación, transformando al visitante en colaborador activo mediante el registro digital de especies en plataformas como eBird o iNaturalist. La actividad se realiza con apoyo de un guía especializado, guías de identificación, telescopio y binoculares, y una lista preliminar de especies emblemáticas, endémicas, casi endémicas o con categoría de conservación, priorizando las de fácil observación y registro en el área visitada: flamenco chileno (*Phoenicopterus chilensis*, casi amenazado, UICN), parina grande (*Phoenicoparrus andinus*, vulnerable, UICN, prioridad del Grupo de Conservación del Flamenco Andino), parina chica (*Phoenicoparrus jamesi*, casi amenazado, UICN, especie característica de salares altoandinos), caití o avoceta andina (*Recurvirostra andina*, especialista de humedales altoandinos), gallareta gigante o tagua (*Fulica gigantea*, especie emblemática de lagunas altoandinas), gaviota andina (*Chroicocephalus serranus*, indicadora de humedales altoandinos), chorlo andino (*Vanellus resplendens*, frecuente en vegas y pastizales), vicuña (*Vicugna vicugna*, especie protegida, en recuperación), grama salada (*Distichlis spicata*, flora adaptada al suelo salino) y brea (*Tessaria absinthioides*, especie adaptada al suelo salino contiguo al agua).

4. Itinerario Base

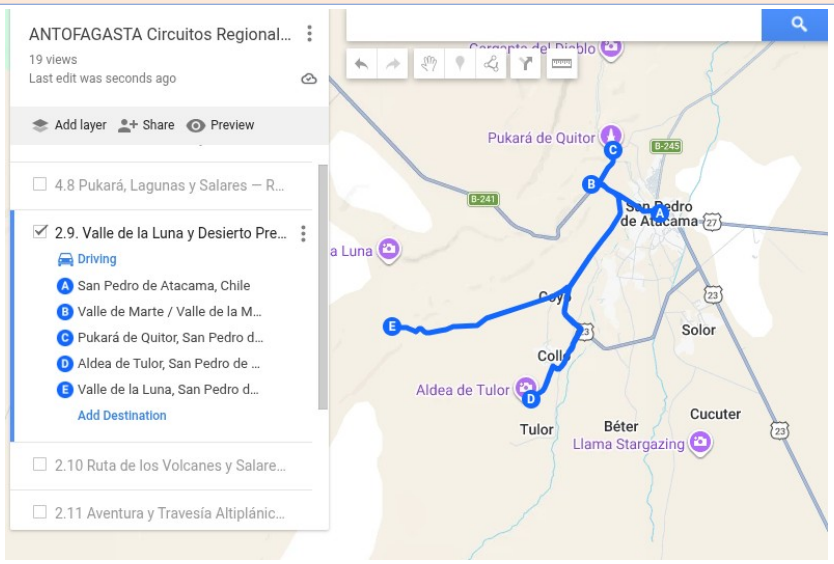
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Mañana: salida desde San Pedro de Atacama; visita a Toconao (plaza principal, iglesia y campanario San Lucas, talleres artesanales de piedra liparita); visita a la Quebrada de Jere; monitoreo participativo de ciencia ciudadana en la Laguna Chaxa, con registro de especies emblemáticas en eBird. Tarde: visita a Socaire (iglesia, terrazas agrícolas, gastronomía local); interpretación de las formaciones geológicas de rocas rojas en el Salar de Aguas Calientes; nuevo monitoreo participativo de ciencia ciudadana; fin de la actividad y regreso.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Sin pernocte (circuito de jornada completa). Paradas: Toconao, Quebrada de Jere, Laguna Chaxa, Socaire, Salar de Aguas Calientes.
Actividades principales	Visita patrimonial y artesanal en Toconao; monitoreo participativo de biodiversidad en Laguna Chaxa y Salar de Aguas Calientes; interpretación geológica; gastronomía local en Socaire.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Tipo de vehículo habilitado: Van de turismo, minibús o vehículo 4x2 / 4x4 de suspensión alta (no se requiere 4x4 técnico extremo, Equipamiento del vehículo: Repuesto de neumático, botiquín de primeros auxilios y sistema de climatización (calefacción/aire acondicionado). Botiquín de primeros auxilios y dotación mínima de 2 litros de agua embotellada por pasajero, indispensable debido a la baja humedad relativa y el clima desértico. Guia especializado acreditado por Sernatur convenientemente Compra de entrada con tiempo: La entrada a Piedras Rojas y a las Lagunas Miscanti y Miñiques se gestiona de forma online con fechas y bloques horarios estrictos. No hay venta de entradas en puerta.
Conectividad y accesos	Ruta 23-CH, pavimentada hasta la cordillera.
Condiciones de operación	Monitoreo participativo con apoyo de guía especializado, guías de identificación, telescopio y binoculares; observación de especies con categoría de conservación (UICN) dentro de la Reserva Nacional Los Flamencos.
Equipamiento obligatorio	Telescopio, aplicaciones, binoculares y guías para la actividad de monitoreo participativo.

Ficha 2.8. Valle de la Luna y Desierto Precordillerano

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.8. Valle de la Luna y Desierto Precordillerano
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Geomorfología extrema, paisajes desérticos y arqueología del oasis de Atacama.
Motivación principal de viaje	Trekking e interpretación arqueológica y geomorfológica, cicloturismo y contemplación paisajística (atardecer).
Estado de desarrollo	Es operado desde San Pedro de Atacama
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Chile.
Provincia / Región	Región de Antofagasta, Provincia de El Loa, Comuna de San Pedro de Atacama.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	1 día.
Temporalidad recomendada	Es operable todo el año.
Cobertura territorial	Región de Antofagasta; Provincia de El Loa; Comuna de San Pedro de Atacama.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	San Pedro de Atacama, Pukará de Quitor, Tulor, Cordillera de la Sal, Valle de la Luna, Valle de Marte/Dinosaurios.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 23-CH, Ruta B-241 y caminos locales vecinales.
Atractivos ancla	Valle de la Luna (Reserva Nacional Los Flamencos); Pukará de Quitor.
Atractivos complementarios	Aldea de Tulor; Valle de Marte / de la Muerte; Cueva de Sal.
Experiencias clave del circuito	Trekking; interpretación histórica y arqueológica atacameña; cicloturismo; contemplación del atardecer; fotografía de naturaleza.

4. Itinerario Base

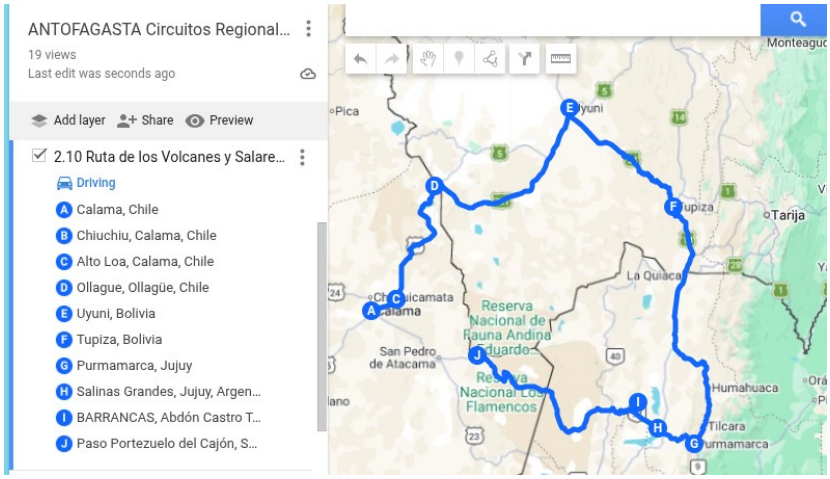
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Mañana: visita al Pukará de Quitor, con ascenso al mirador e interpretación de la defensa lickanantay frente a la conquista; recorrido por el sitio arqueológico de la Aldea de Tulor para entender los primeros asentamientos del oasis. Tarde: ingreso al Valle de la Luna (Duna Mayor, Anfiteatro, Las Tres Marías), con paseo opcional en bicicleta; puesta de sol desde el mirador de la Cordillera de la Sal; retorno al centro urbano.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Sin pernocte (circuito de jornada). Paradas: Pukará de Quitor, Aldea de Tulor, Valle de la Luna (Duna Mayor, Anfiteatro, Las Tres Marías), mirador de la Cordillera de la Sal.
Actividades principales	Ascenso e interpretación histórica en el Pukará de Quitor; visita arqueológica a la Aldea de Tulor; recorrido (a pie o en bicicleta) por el Valle de la Luna; observación del atardecer desde la Cordillera de la Sal.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Tipo de vehículo: Vans de turismo, minibuses o microbuses. No se requiere tracción 4x4 técnica. Documentación: Registro de la Seremi de Transportes para turismo en Chile, seguro contra accidentes de pasajeros y cinturones de seguridad en todas las plazas. Equipamiento del vehículo: Climatización (aire acondicionado obligatorio para el verano y calefacción para el invierno), rueda de repuesto inflada y kit básico de herramientas. Guía acreditado Compra anticipada de acceso: Valle de la Luna: Administrado por la Comunidad de Coyo y CONAF. Compra 100 % digital anticipada con bloque horario asignado. No hay venta física en el parque. Pukará de Quitor Administrado por la Comunidad Indígena de Quitor (pago digital o presencial según convenio de agencia). Aldea de Tulor Administrado por la Comunidad Indígena de Coyo. Valle de Marte Coordinación previa de accesos peatonales, vehiculares o permisos para actividades deportivas (sandboard/bicicletas). Además de ficha médica y consentimiento informado del cliente
Conectividad y accesos	Ruta 23-CH, Ruta B-241 y caminos locales vecinales.
Condiciones de operación	Paseo en bicicleta de carácter opcional dentro del Valle de la Luna.

Ficha 2.9. Ruta de los Volcanes y Salares Ollagüe–Uyuni — "Del volcán al salar: un viaje al corazón del altiplano andino"

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.9. Ruta de los Volcanes y Salares Ollagüe–Uyuni — "Del volcán al salar: un viaje al corazón del altiplano andino"
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Turismo de aventura binacional (y con extensión trinacional) que conecta paisajes extremos, culturas altoandinas chilenas y bolivianas, atravesando volcanes, salares, lagunas y bofedales y comunidades indígenas. La experiencia integra geoturismo, biodiversidad, astroturismo, patrimonio ferroviario y cultura atacameña/quechua, con el Salar de Uyuni como hito culminante.
Motivación principal de viaje	Turismo de aventura y de alta montaña, interpretación cultural andina, patrimonio ferroviario, observación astronómica, gastronomía andina y cruce cultural Chile-Bolivia (con extensión opcional a Argentina).
Estado de desarrollo	Se opera desde San Pedro de Atacama por paso fronterizo Hito Cajón
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Chile y Bolivia, con extensión opcional a Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Antofagasta, Provincia de El Loa, comunas de Calama y Ollagüe. Bolivia: Departamento de Potosí, Provincia Daniel Campos y Provincia Nor Lípez, municipios de Uyuni y Eduardo Avaroa.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	7 días / 6 noches (circuito base Calama–Uyuni–Calama); 9 días / 8 noches en la opción de extensión al norte argentino vía Quebrada de Humahuaca.
Temporalidad recomendada	Abril a Noviembre
Cobertura territorial	Chile (Región de Antofagasta, Provincia de El Loa) y Bolivia (Departamento de Potosí, provincias Daniel Campos y Nor Lípez), con extensión opcional a Argentina (Provincia de Jujuy, Quebrada de Humahuaca).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Chile: Calama, Chiu Chiu, Ollagüe, Reserva Nacional Alto Loa, complejo de volcanes Ollagüe-Aucanquilcha. Bolivia: pueblo de Uyuni. Extensión Argentina: La Quiaca, Tilcara, Maimará, Purmamarca, Tumbaya, Volcán, Salinas Grandes.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta 21 en Chile (Calama–Chiu Chiu–Ollagüe) y Ruta 5 en Bolivia (Uyuni–Ollagüe); paso fronterizo terrestre Chile-Bolivia; extensión con paso fronterizo hacia Argentina (Villazón–La Quiaca).
Atractivos ancla	Salar de Uyuni; complejo volcánico Ollagüe-Aucanquilcha; Salar de Ascotán; Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa; comunidad andina de Ollagüe.
Atractivos complementarios	San Francisco de Chiu Chiu; Pukará de Lasana; pinturas rupestres de Taira; ferrocarril Antofagasta–Bolivia; flora y fauna andina; geología del altiplano. En la extensión argentina: Quebrada de Humahuaca (Patrimonio Mundial de la UNESCO), Tren Solar de Tilcara, bodegas tradicionales de la Quebrada, Salinas Grandes, sitio arqueológico Las Barrancas (Abdón Castro Tolay).
Experiencias clave del circuito	Interpretación cultural de los pueblos andinos del Alto Loa; ruta del patrimonio ferroviario andino; observación de flora y fauna andina; interpretación geológica del paisaje volcánico; caminatas interpretativas; fotografía de naturaleza; observación astronómica; experiencia gastronómica andina; pastoreo y vida rural; cruce cultural Chile-Bolivia; exploración del Salar de Uyuni. En la extensión: recorrido enológico con cata de vinos en la Quebrada de Humahuaca; visita a arte rupestre y petroglifos prehispánicos en Las Barrancas.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Ollagüe. Mañana: salida desde Calama; visita al oasis de Chiu Chiu (Iglesia San Francisco); recorrido por el Pukará de Lasana, fortaleza prehispánica del Alto Loa. Tarde: continuación hacia la Laguna Inca Coya, asociada a leyendas andinas; llegada a Ollagüe, pueblo fronterizo dominado por el volcán homónimo. Pernocte en Ollagüe. Día 2. Mañana: recorrido por el Salar de Ascotán, ecosistema altoandino rodeado de volcanes y bofedales, hábitat de flamencos y otras especies altiplánicas, con caminata e interpretación del entorno. Tarde: visita al Salar de Carcote, con sus planicies salinas, humedales y paisajes volcánicos; observación de flora y fauna y fotografía. Pernocte en Ollagüe. Día 3 — Paso fronterizo. Mañana: trámite de ingreso a Bolivia y continuación hacia la Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa; visita a la Laguna Verde. Tarde: recorrido por el campo geotérmico de los Géiseres (fumarolas y pozas de barro en ebullición) y las Termas de Polques. Pernocte altiplánico. Día 4 — Reserva Eduardo Avaroa. Mañana: visita a la Laguna Colorada, reconocida por sus tonalidades rojizas y por albergar una de las mayores poblaciones de flamencos andinos, con interpretación del ecosistema y observación de aves. Tarde: recorrido por el Desierto de Siloli o "Salvador Dalí". Pernocte en refugio u hospedaje rural. Día 5 — Lagunas altoandinas – Salar de Uyuni. Mañana: visita a las lagunas Cañapa, Hedionda y Honda, refugio importante de flamencos y otras especies altiplánicas. Tarde: ingreso al Salar de Uyuni. Pernocte en hotel de sal o en la ciudad de Uyuni. Día 6 — La expresión del Salar de Uyuni. Mañana: visita a la Isla Incahuasi, formación volcánica cubierta de cactus gigantes con vistas panorámicas del salar. Tarde: recorrido por la localidad de Colchani, con los procesos tradicionales de extracción y procesamiento de sal. Pernocte en Uyuni. Día 7. Regreso a Calama; fin del circuito base. Opción de extensión al norte argentino: Día 7 — Regreso por la Quebrada de Humahuaca. Mañana: salida desde Uyuni hacia Tupiza, pasando por la zona minera de Atocha. Tarde: continuación hacia Villazón, trámite fronterizo y alojamiento en La Quiaca. Día 8. Mañana: visita a la Quebrada de Humahuaca (Patrimonio Mundial de la UNESCO) y recorrido en el Tren Solar de Tilcara (Maimará, Purmamarca, Tumbaya, Volcán). Tarde: parada enológica en bodega tradicional, con visita guiada a viñedos y bodega, y cata con vista panorámica de la Quebrada. Pernocte en Purmamarca. Día 9 — Paso fronterizo. Salida temprana hacia las Salinas Grandes, con desvío a Las Barrancas (Abdón Castro Tolay) para visitar el centro de interpretación arqueológico y los paredones con arte rupestre y petroglifos prehispánicos; almuerzo liviano en viaje. Tarde: regreso a San Pedro de Atacama, previos trámites fronterizos. Fin del servicio.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Ollagüe (noches 1 y 2), altiplano boliviano/Reserva Eduardo Avaroa (noche 3), refugio u hospedaje rural en el Desierto de Siloli (noche 4), hotel de sal o ciudad de Uyuni (noches 5 y 6). En la extensión: La Quiaca (noche 7), Purmamarca (noche 8). Paradas: Chiu Chiu, Pukará de Lasana, Laguna Inca Coya, Salar de Ascotán, Salar de Carcote, Laguna Verde, campo geotérmico de los Géiseres, Termas de Polques, Laguna Colorada, Desierto de Siloli, lagunas Cañapa/Hedionda/Honda, Isla Incahuasi, Colchani. En la extensión: Tupiza, Villazón, Quebrada de Humahuaca, Salinas Grandes, Las Barrancas.

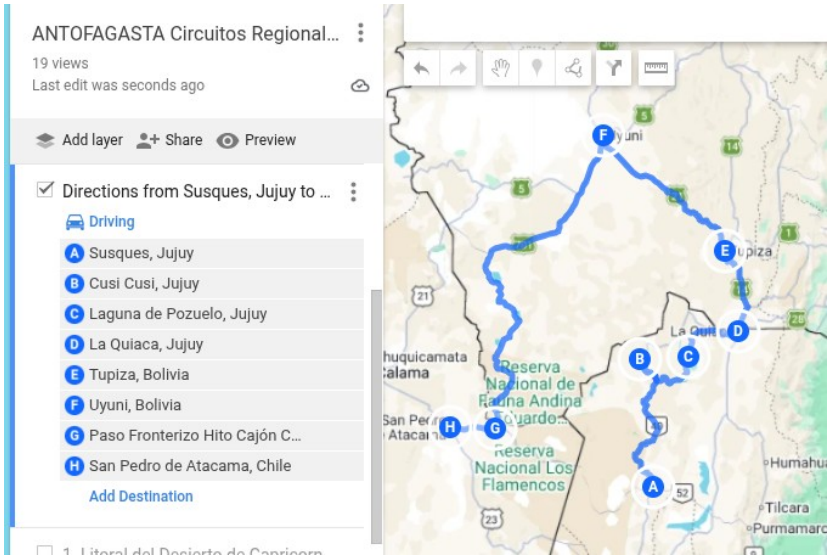
Campo	Contenido
Actividades principales	Interpretación cultural y patrimonial del Alto Loa; recorrido de salares y lagunas altoandinas (Ascotán, Carcote, Verde, Colorada, Cañapa, Hedionda, Honda); observación de fumarolas y baño termal; observación de flamencos y fauna altiplánica; travesía del Salar de Uyuni (Isla Incahuasi, Colchani); en la extensión, recorrido cultural y enológico de la Quebrada de Humahuaca y visita arqueológica a Las Barrancas.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en Ollagüe, refugio/hospedaje rural altiplánico, hotel de sal o alojamiento urbano en Uyuni; en la extensión, alojamiento en La Quiaca y Purmamarca.
Conectividad y accesos	Chile: Ruta 21 (Calama–Chiu Chiu–Ollagüe). Bolivia: Ruta 5 (Uyuni–Ollagüe). Trámites fronterizos Chile-Bolivia (día 3) y, en la extensión, Bolivia-Argentina (Villazón–La Quiaca) y Argentina-Chile en el regreso a San Pedro de Atacama.
Condiciones de operación	Recorrido en zonas altoandinas de gran altitud, con pernoctes en refugios rurales y hoteles de sal; trámites migratorios y aduaneros en dos (circuito base) o tres (extensión) fronteras. Transporte Especializado (4x4) adecuado para alta montaña, caminos de ripio, calamina y eventuales cruces de agua o bofedales. Seguro obligatorio de asientos de pasajeros y equipamiento de emergencia (neumáticos de repuesto tipo All-Terrain, eslingas, compresor y pala). Seguridad Médica y Logística en Altura: Equipo de Oxígeno: Indispensable debido a que la ruta transita sobre los 3.800 y hasta los 4.400 m s. n. m. Botiquín de primeros auxilios. Sistema de comunicación satelital o de radio frecuencia (VHF/UHF), dada la falta de cobertura celular en gran parte del recorrido. Guía de Turistas Especializado: con conocimiento en la ruta altiplánica, geografía andina, flora y fauna (avistamiento de aves e indicadores biológicos) y cultura local Alimentación y Alojamiento (Servicios Receptivos) Régimen de Alimentación Adaptado: Desayuno y almuerzo rústico/típico en poblados altiplánicos Raciones de marcha (snacks energéticos) y suministro constante de agua para hidratación continua. Alojamiento Rural / Vivencial Alojamientos o refugios comunitarios en poblados locales los cuales requieren reserva o gestión previa Ficha Medica y Consentimiento informado de parte del turista

Ficha 2.10. Aventura y Travesía Altiplánica Transandina

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	2.10 Aventura y Travesía Altiplánica Transandina (Susques – Uyuni – San Pedro de Atacama)
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Travesía de alta montaña en ruta 4x4/mototurismo extremo que conecta los salares, volcanes, cañones y sistemas de lagunas altoandinas más espectaculares de Argentina, Bolivia y Chile, a través de la icónica Ruta Nacional 40 y los caminos altiplánicos del desierto de Atacama.
Motivación principal de viaje	Turismo de aventura off-road (overlanding 4x4 y mototurismo), observación de avifauna altoandina, fotografía de paisajes de escala planetaria y astrofotografía, y turismo cultural andino con intercambio transfronterizo.
Estado de desarrollo	Operado de forma itinerante motoqueiros - Escasas agencias especializadas en el tema
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 2 – Pasos Andinos.
País	Argentina, Bolivia y Chile.
Provincia / Región	Argentina: Región del Noroeste Argentino (NOA), Provincia de Jujuy (departamentos de Susques, Rinconada, Cochinoca y Yavi). Bolivia: Altiplano Sur, Departamento de Potosí (provincias Sud Chichas, Antonio Quijarro, Nor López y Sud López). Chile: Región de Antofagasta (Desierto de Atacama), Provincia de El Loa.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	4 días / 3 noches.
Temporalidad recomendada	Abril a Noviembre
Cobertura territorial	Trinacional: Argentina (Jujuy: Susques, Rinconada, Abra Pampa, La Quiaca), Bolivia (Villazón, Tupiza, Atocha, Uyuni, San Agustín, San Pablo de Lípez) y Chile (San Pedro de Atacama).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Susques, Monumento Natural Laguna de los Pozuelos, Abra Pampa, La Quiaca, Villazón, Tupiza, Uyuni (Salar de Uyuni), Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa y San Pedro de Atacama.
Atributos que incluye	Acceso por RN 52 (a Susques), RN 40 (Susques–Cusi Cusi–Pozuelos), RP 7 y RP 69 (Pozuelos–Abra Pampa) y RN 9 (Abra Pampa–La Quiaca) en Argentina; Ruta 14 (Villazón–Tupiza–Atocha–Uyuni) y huellas de ripio/arena (Uyuni–Reserva Eduardo Avaroa–Hito Cajón) en Bolivia; Ruta 27-CH (Paso Hito Cajón–San Pedro de Atacama) en Chile.
Atractivos ancla	Monumento Natural Laguna de los Pozuelos (humedal de importancia internacional, sitio RAMSAR a más de 3.600 msnm); Salar de Uyuni e Isla Incahuasi (el desierto de sal de mayor superficie del mundo); Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa (sistema de lagunas de colores —Laguna Colorada, Laguna Verde— y campo geotérmico); desierto de Atacama en San Pedro de Atacama (Valle de la Luna, Valle de Marte y entorno volcánico del Licancabur).
Atractivos complementarios	Pueblo de Susques y su iglesia Nuestra Señora de los Dolores; Cusi Cusi; paisaje escénico de Tupiza; Valle de los Machos (Tupiza); cementerio de trenes de Uyuni; géiseres "Sol de Mañana"; Termas de Polques; Desierto de Salvador Dalí.
Experiencias clave del circuito	Overlanding 4x4 y mototurismo de aventura off-road; registro y observación de avifauna altoandina (flamencos rosados, vicuñas, suris); fotografía de paisajes de escala planetaria y astrofotografía; turismo cultural andino e intercambio transfronterizo.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Travesía por la mítica Ruta 40 Norte. Salida desde Susques por la RN 40, atravesando los paisajes agrestes del norte de Jujuy; desvío hacia el Monumento Natural Laguna de los Pozuelos para el registro y observación de flamencos y fauna puneña; continuación por rutas provinciales hacia Abra Pampa y enlace posterior por la RN 9 hasta La Quiaca. Pernocte en La Quiaca. Día 2 — La Quiaca – Tupiza – Uyuni. Cruce fronterizo por La Quiaca–Villazón; travesía de la Quebrada de Palala y las formaciones rocosas rojas de los Chichas; continuación hacia el norte por la Ruta 14, pasando por Atocha, hasta arribar a la ciudad de Uyuni. Pernocte en hotel de sal. Día 3 — Uyuni – Salar de Uyuni – Reserva Eduardo Avaroa (Laguna Colorada). Ingreso matutino al Salar de Uyuni, con visita a Colchani y a la Isla Incahuasi (cactus gigantes); visita a la Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa para contemplar la Laguna Colorada. Pernocte en refugio altiplánico en Laguna Colorada. Día 4 — Laguna Colorada, Hito Cajón – San Pedro de Atacama. Salida al amanecer para recorrer el campo geotérmico Sol de Mañana (géiseres a más de 4.800 msnm), con baño en las Termas de Polques y paso por el Desierto de Dalí; visita a la Laguna Verde, a los pies del volcán Licancabur; trámites aduaneros en Hito Cajón y descenso por la Ruta 27-CH hasta el oasis de San Pedro de Atacama. Pernocte en San Pedro de Atacama.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: La Quiaca (día 1), hotel de sal en Uyuni (día 2), refugio altiplánico en Laguna Colorada (día 3), San Pedro de Atacama (día 4). Paradas: Laguna de los Pozuelos, Abra Pampa, Villazón, Quebrada de Palala, Atocha, Colchani, Isla Incahuasi, campo geotérmico Sol de Mañana, Termas de Polques, Desierto de Dalí, Laguna Verde, Hito Cajón.
Actividades principales	Conducción off-road en Ruta 40 y caminos altiplánicos; observación de flamencos y fauna puneña en Laguna de los Pozuelos; cruce fronterizo Argentina-Bolivia; recorrido del Salar de Uyuni e Isla Incahuasi; visita a la Reserva Eduardo Avaroa (Laguna Colorada, Laguna Verde, campo geotérmico Sol de Mañana); baño termal en Polques; cruce fronterizo Bolivia-Chile en Hito Cajón.

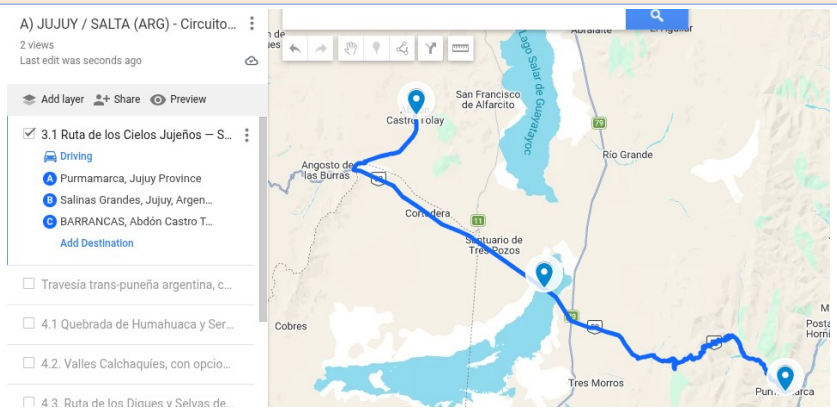
5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en La Quiaca, hotel de sal en Uyuni, refugio altiplánico en Laguna Colorada y alojamiento en San Pedro de Atacama. Provisión de combustible disponible en Abra Pampa, La Quiaca, Tupiza, Uyuni y San Pedro de Atacama.
Conectividad y accesos	RN 52, RN 40, RP 7, RP 69 y RN 9 en Argentina; Ruta 14 y huellas de ripio/arena en Bolivia; Ruta 27-CH en Chile. Trámites fronterizos en La Quiaca–Villazón (Argentina-Bolivia) y en Hito Cajón (Bolivia-Chile).
Condiciones de operación	Tramos aislados de alta montaña con servicios limitados; se recomienda viajar en grupo. Autonomía mínima de combustible de 350 km en condiciones off-road, con recarga en Abra Pampa, La Quiaca, Tupiza, Uyuni y San Pedro de Atacama, además de combustible adicional a bordo. Terreno entre 2.500 y 4.500 msnm, con caminos de ripio, calamina, huellas y salares.
Equipamiento obligatorio	Equipo mínimo de reparación mecánica y comunicación satelital; combustible adicional para cubrir la autonomía mínima requerida.

Secciones 2 y 3. Circuitos de integración

Ficha 3.1. Ruta de los Cielos Jujeños — Senderos Starlight

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	3.1. Ruta de los Cielos Jujeños — Senderos Starlight
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Experiencia de astroturismo: recorrido nocturno por Salinas Grandes para la observación del cielo estrellado, acompañado por guías de comunidades originarias que interpretan la cosmovisión andina y el patrimonio astronómico del territorio. La actividad incluye la visita a un pequeño centro de interpretación astronómica, con observación mediante telescopios, y la convivencia comunitaria con la cultura de las comunidades collas.
Motivación principal de viaje	Astroturismo, turismo rural comunitario y turismo arqueológico.
Estado de desarrollo	En desarrollo
Tramo del Corredor al que pertenece	Circuito de integración entre la Sección 2 (Pasos Andinos) y la Sección 3 del CBC.
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincia de Jujuy.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	2 días / 1 noche.
Temporalidad recomendada	De Abril a Noviembre. En verano sujeto a condiciones climáticas
Cobertura territorial	Salinas Grandes y alrededores, Provincia de Jujuy; incluye visita a Barrancas y Purmamarca, con posible desvío hacia la Ruta 40.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Salinas Grandes, Barrancas (Abdón Castro Tolay), Purmamarca.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta Nacional 52 y Ruta Provincial 75.
Atractivos ancla	"RN 52 Sendero Starlight"; turismo rural comunitario de la etnia colla, que desarrolla actividad turística en Salinas Grandes y sus alrededores.
Atractivos complementarios	Salinas Grandes; comunidades originarias de la zona; Barrancas (Abdón Castro Tolay), con imponentes paredones naturales de arte rupestre y petroglifos, la Piedra Mapa, la Cueva de Caravaneros y el Trono del Inca; Centro de Interpretación Arqueológica, que expone investigaciones locales, incluida la momia prehispánica hallada en la zona por científicos del CONICET.
Experiencias clave del circuito	Turismo rural comunitario; caminatas interpretativas; fotografía de naturaleza y de paisaje nocturno; agroturismo; senderismo de baja dificultad; turismo arqueológico.

4. Itinerario Base

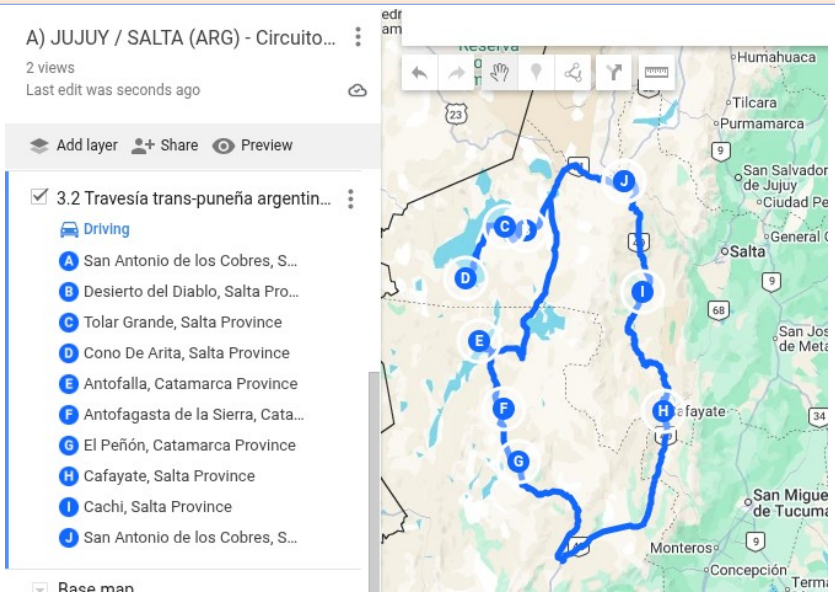
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1. Convivencia familiar en alojamiento campesino, compartiendo la actividad cotidiana de la vida puneña; caminata por senderos antiguos de trashumancia; visita a las Salinas Grandes para reconocer la extracción tradicional de sal. En la noche, recorrido nocturno por las Salinas Grandes, con interpretación astronómica, visita a un pequeño centro de interpretación astronómica, e interpretación desde la cosmogonía y cosmovisión de las comunidades collas. Pernocte en casa de familia (Red Espejo de Sal). Día 2. Reconocimiento de las actividades rurales y visita a los senderos caravaneros de llamas; servicio guiado al pueblo de Barrancas y visita al Centro de Interpretación Arqueológica; almuerzo regional; regreso a Purmamarca y/o desvío por la mítica Ruta 40.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: casa de familia de la Red Espejo de Sal (noche del día 1). Paradas: Salinas Grandes, senderos de trashumancia, senderos caravaneros de llamas, Barrancas, Centro de Interpretación Arqueológica, Purmamarca.
Actividades principales	Convivencia comunitaria en alojamiento campesino; caminata por senderos de trashumancia y caravaneros; extracción tradicional de sal; observación astronómica nocturna con interpretación de cosmovisión colla; visita guiada a Barrancas y su Centro de Interpretación Arqueológica.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en casa de familia, en el marco de la Red Espejo de Sal (turismo rural comunitario). Opción de servicio de Glamping y Observación de los cielos desde el Salar
Conectividad y accesos	Ruta Nacional 52 y Ruta Provincial 75.
Condiciones de operación	Actividad de observación astronómica nocturna guiada por integrantes de comunidades originarias; convivencia y alojamiento con familias de la Red Espejo de Sal.
Equipamiento obligatorio	Telescopios, disponibles en el centro de interpretación astronómica local en Susques y Salar de Olaroz. Conveniente llevar binoculares.

Ficha 3.2. Travesía trans-puneña argentina, con ensamble a la Ruta de los Vinos de Altura

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	Travesía trans-puneña argentina, con ensamble a la Ruta de los Vinos de Altura
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Travesía de la mítica Ruta 40 hacia el sur que integra, por un lado, la puna salteña con sus bellezas altoandinas, la inmersión en salares colosales y el reconocimiento de fenómenos microbiológicos y geoformas diversas, y por otro, el descenso de la Ruta 40 hacia los valles más fértiles de la región, integrando la Ruta de los Vinos de Altura que convirtió a los Valles Calchaquíes en una zona vitivinícola premium. Ambas propuestas confluyen finalmente en territorio catamarqueño, conformando una alternativa turística de excepción.
Motivación principal de viaje	Turismo de aventura y trekking de alta montaña, turismo geológico, turismo rural comunitario, observación de aves y enoturismo.
Estado de desarrollo	Existen ofertas desarrollas y promocionadas desde Salta
Tramo del Corredor al que pertenece	Circuito de integración entre la Sección 2 (Pasos Andinos) y la Sección 3 del CBC.
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincia de Salta y provincia de Catamarca; departamentos de Los Andes, Antofagasta de la Sierra, Santa María y Belén.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	6 días / 5 noches.
Temporalidad recomendada	de Abril a Noviembre - sujeta en verano a condiciones climática de lluvia
Cobertura territorial	Provincias de Salta y Catamarca; departamentos de Los Andes, Antofagasta de la Sierra, Santa María y Belén; municipios de San Antonio de los Cobres, Tolar Grande, Antofagasta de la Sierra, San José, Hualfín y Santa María. El circuito opera además con subcircuitos u opciones según las necesidades de los turistas.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	San Antonio de los Cobres, Tolar Grande, Antofagasta de la Sierra, El Peñón, Cachi, Molinos, Cafayate, con retorno al corredor bioceánico.
Atributos que incluye	Acceso por Ruta Nacional 40, Ruta Provincial 27, Ruta Provincial 163, huellas, Ruta 44, Ruta 45 y Ruta 43.
Atractivos ancla	San Antonio de los Cobres; Tolar Grande; Viaducto La Polvorilla; camino de las Siete Curvas; Desierto del Diablo; Cono de Arita; lagunas altoandinas; Abra del Acay; Valles Calchaquíes y sus pueblos testimoniales, desde Cachi hasta Cafayate.
Atractivos complementarios	Nevado de Quewar; Santa Rosa de los Pastos Grandes; Termas de Pompeya; Vegas de Tocomar; Salar de Arizaro; Laguna Socompa; Antofalla y Antofallita; Campo de Piedra Pómez; Laguna Blanca; Santa María; paisaje cultural de la vid; bodegas industriales y artesanales; formaciones geológicas de la Quebrada de las Conchas; espejo de agua del Dique Cabra Corral; Valle de Lerma y paisaje cultural del tabaco.
Experiencias clave del circuito	Turismo de aventura; trekking de alta montaña; fotografía de paisaje; turismo geológico; turismo rural comunitario; observación de aves; enoturismo en la Ruta de los Vinos de Altura, con degustaciones y visitas a bodegas.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Subcircuito 1 — El Portal de los Volcanes Sagrados (2 días). Día 1: mañana, paseo por el pueblo, visita al centro artesanal y al mirador El Cóndor; ascenso y cruce del Abra de Alto Chorrillo; visita a las aguas termales de Pompeya; avistaje de aves en la Vega de Tocomar. Tarde: visita al Desierto del Diablo y a las Siete Curvas, con fotografía de naturaleza y paisajes al atardecer andino; avistaje del complejo de cerros y volcanes sagrados de la cordillera de los Andes (Nevado de Chañi, Nevado del Acay, volcán Quewar, volcán Socompa, volcán Llullaillaco). Alojamiento en hospedaje de la Red de Turismo Rural Comunitario Lickan. Pernocte en Tolar Grande. Día 2 — Inmersión al corazón de la puna salto-catamarqueña (con opción de regreso a San Antonio de los Cobres, visitando la Mina La Casualidad y el Salar de Santa Rosa de los Pastos Grandes): excursión hacia el sur, ingresando al Salar de Arizaro hasta la base del Cono de Arita, con recorrido interpretativo y extensión opcional hacia la antigua estación ferroviaria de Caipe; travesía de los salares de Antofalla, con visita e interpretación geológica de las lagunas de colores (azul, negra, amarilla) y de Ojo de Campo, con avistaje de microbialitos y tapetes microbianos, entre los ecosistemas más antiguos del planeta. Pernocte en Antofagasta de la Sierra. Día 3 — Patrimonio geológico y ecoturístico de la puna catamarqueña: excursión 4x4 matutina de geoturismo al Área Natural Protegida Campo de Piedra Pómez, recorriendo los laberintos de ignimbrita y las dunas blancas; visita a la Laguna Blanca, Reserva de Biósfera y sitio RAMSAR, con observación de flora y fauna andina. Pernocte en El Peñón. En este punto el circuito converge entre la aridez de la puna y la fertilidad de los valles, dando paso al subcircuito de la Ruta de los Vinos de Altura. Subcircuito Ruta de los Vinos de Altura. Día 4 — Cafayate, cuna del Torrontés argentino: recorrido por el pueblo de Cafayate y su paisaje cultural de la vid; degustaciones y visitas a bodegas, recorriendo la versatilidad de la región, desde vinos blancos de frescura mineral y perfumada, pasando por tintos de altura, hasta espumantes de microterroir; la experiencia culmina con maridaje de productos regionales y vinos de alta gama. Tarde: visita a las formaciones geológicas de la Quebrada de las Conchas. Cena gourmet con vinos premium. Pernocte en bodega boutique. Día 5 — Viñedos más altos del mundo: traslado por la Ruta 40, reconociendo el paisaje escénico de formaciones geológicas y el paisaje cultural del vino; visita a pueblos como San Carlos y Angastaco; visita a una de las bodegas más antiguas de Argentina, con viñedos entre los 2.300 y 3.111 msnm; visita al Museo de la Luz de James Turrell; almuerzo gourmet en la hacienda del último gobernador realista. Tarde: hacia el norte, bordeando el río Calchaquí, breve parada en Seclantás, cuna del poncho salteño, para conocer los telares artesanales. Arribo y cena en bodega boutique en Cachi. Día 6 — Fin del tramo de la Ruta del Vino: regreso al corredor por la Ruta 51, a través del Abra del Acay, con desvío a Salta reconociendo el Parque Nacional Los Cardones y el Valle de Lerma, con sus paisajes culturales de cultivo de tabaco.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Tolar Grande (día 1), Antofagasta de la Sierra (día 2), El Peñón (día 3), bodega boutique en Cafayate (día 4), bodega boutique en Cachi (día 5). Paradas: mirador El Cóndor, Abra de Alto Chorrillo, aguas termales de Pompeya, Vega de Tocomar, Desierto del Diablo, Siete Curvas, Salar de Arizaro, Cono de Arita, estación ferroviaria de Caipe, salares de Antofalla, Campo de Piedra Pómez, Laguna Blanca, Quebrada de las Conchas, San Carlos, Angastaco, Seclantás, Parque Nacional Los Cardones, Valle de Lerma.

Campo	Contenido
Actividades principales	Trekking y ascenso de alta montaña; avistaje de aves y de fauna andina; interpretación geológica de salares, lagunas de colores y microbialitos; excursión 4x4 de geoturismo; degustación y visita a bodegas en la Ruta de los Vinos de Altura; recorrido cultural por pueblos testimoniales de los Valles Calchaquíes; visita a telares artesanales en Seclantás.

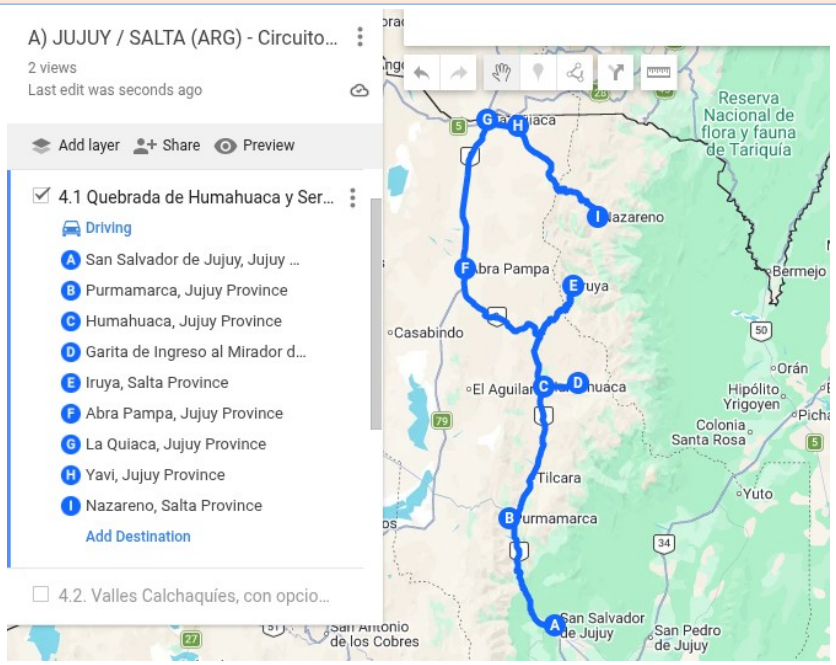
5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Hospedaje de la Red de Turismo Rural Comunitario Lickan (Tolar Grande); alojamiento en Antofagasta de la Sierra y El Peñón; bodegas boutique con alojamiento en Cafayate y Cachi.
Conectividad y accesos	Ruta Nacional 40, Ruta Provincial 27, Ruta Provincial 163, huellas, Ruta 44, Ruta 45 y Ruta 43; retorno final al corredor por la Ruta 51 a través del Abra del Acay.
Condiciones de operación	Excursión 4x4 para el acceso al Campo de Piedra Pómez; recorrido en zonas de alta montaña y salares con opciones de extensión (Mina La Casualidad, Salar de Santa Rosa de los Pastos Grandes, estación ferroviaria de Caipe); observación de microbialitos y tapetes microbianos bajo criterios de conservación de ecosistemas frágiles. Transporte Especializado (4x4) adecuado para alta montaña, caminos de ripio, calamina y eventuales cruces de agua o bofedales. equipamiento de emergencia (neumáticos de repuesto, eslingas, compresor y pala). Seguridad Médica y Logística en Altura: Equipo de Oxígeno: Indispensable debido a que la ruta transita. Botiquín de primeros auxilios. Sistema de comunicación satelital o de radio frecuencia (VHF/UHF), dada la falta de cobertura celular en gran parte del recorrido. Guía de Turistas Especializado: Ficha Medica y Consentimiento informado de parte del turista

Sección 3. Conurbación NOA Norte

Ficha 4.1. Quebrada de Humahuaca y Serranía del Hornocal

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	4.1. Quebrada de Humahuaca y Serranía del Hornocal
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Travesía cultural y paisajística a través de un corredor multicultural, Patrimonio Mundial de la Humanidad (UNESCO), que integra arqueología, geología de alta montaña y las tradiciones ancestrales de los omaguacas.
Motivación principal de viaje	Turismo cultural y arqueológico, trekking de baja y media dificultad, fotografía paisajística y gastronomía regional.
Estado de desarrollo	En permanente operación desde Salta y desde Jujuy
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 3 – Conurbación NOA Norte.
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincia de Jujuy; región de la Quebrada de Humahuaca y la Puna jujeña.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	Núcleo base: 1 día (Humahuaca con Hornocal). Con la opción Humahuaca–Iruya: +2 días. Con la opción La Quiaca, Yavi y Nazareno: +2 días adicionales (día 2 y día 3).
Temporalidad recomendada	Todo el año.
Cobertura territorial	Provincia de Jujuy; departamentos Dr. Manuel Belgrano, Tumbaya, Tilcara, Humahuaca, Cochinoca y Yavi; municipios/comisiones municipales de Yala, Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Uquía, Humahuaca, Tres Cruces, Abra Pampa, Puesto del Marqués y La Quiaca.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	San Salvador de Jujuy, Purmamarca, Tilcara, Humahuaca, Mirador del Hornocal. En las opciones: Iturbe, Abra del Cóndor, Iruya; y La Quiaca, Yavi, Nazareno.
Atributos que incluye	Acceso por RN 9 (eje longitudinal), RN 52 (acceso a Purmamarca), RP 73 (acceso al Hornocal) y RP 13/133 (acceso a Iruya).
Atractivos ancla	Tren solar de la Quebrada; Cerro de Siete Colores; Pucará de Tilcara; pueblos testimoniales (Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Uquía, La Quiaca); Serranías del Hornocal (cerro de 14 colores); Iruya.
Atractivos complementarios	Paseo de los Colorados; bodegas de altura; iglesia de Purmamarca; Iglesia de San Francisco de Paula en Uquía, con sus pinturas de los Ángeles Arcabuceros; cúpula de San Francisco Solano en el cabildo municipal de Humahuaca; Monumento a los Héroes de la Independencia (Humahuaca); iglesia de Iruya.
Experiencias clave del circuito	Trekking de baja y media dificultad; fotografía paisajística; avistamiento de flora y fauna altoandina; interpretación del patrimonio arqueológico e histórico; gastronomía regional; compra de artesanías.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Núcleo Día 1: Humahuaca con Hornocal. Salida desde San Salvador de Jujuy; parada técnica en Volcán y Tumbaya; ascenso en tren solar y visita a Purmamarca, con recorrido por el Paseo de los Colorados; regreso en tren solar a Tilcara; visita al Pucará de Tilcara; paso por el Trópico de Capricornio (Huacalera–Uquía); arribo a Humahuaca. Por la tarde, ascenso al Mirador del Hornocal; retorno y noche en Humahuaca, Opción extendida Humahuaca–Iruya (día 2, +2 días de extensión): salida temprana desde Humahuaca, visitando el pueblo de Iturbe; parada panorámica en el Abra del Cóndor, a más de 4.000 msnm; descenso por camino de montaña y cornisa hacia el pueblo histórico de Iruya. City tour en Iruya: calles empedradas y empinadas, Iglesia del Rosario y mirador de la Cruz; senderismo al cerro San Isidro (7 km). Noche en Iruya. Opción La Quiaca, Yavi y Nazareno (días 2–3): Día 2: salida hacia La Quiaca, con parada en Hornaditas (experiencia de turismo rural comunitario); continúa con parada en Tres Cruces, en el mirador de los Gigantes Dormidos, y visita a las dunas de Huancar; paso por Abra Pampa, Puesto del Marqués, Pumahuasi y La Quiaca; tour de compras en la frontera en Villazón. Noche en La Quiaca. Día 3: salida desde La Quiaca visitando Yavi, pueblo histórico con su Iglesia San Francisco (altares laminados en oro) y el histórico Marquesado de Yavi; continuación hacia Nazareno, descendiendo desde el Cerro Fundición (5.050 msnm) hasta la localidad de Nazareno (3.000 msnm); visita a su iglesia y a la Iglesia Virgen de Guadalupe; el paisaje, la cultura andina y la vida comunitaria son los principales atractivos, con diferentes ofertas de circuitos de miradores y senderismo corto. Noche en Nazareno.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Humahuaca (núcleo); Iruya (opción 1); La Quiaca y Nazareno (opción 2). Paradas: Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Tilcara, Huacalera, Uquía, Mirador del Hornocal, Iturbe, Abra del Cóndor, Hornaditas, Tres Cruces, dunas de Huancar, Abra Pampa, Puesto del Marqués, Pumahuasi, Yavi, Cerro Fundición.
Actividades principales	Recorrido en tren solar; visita a pueblos testimoniales de la Quebrada; ascenso al Mirador del Hornocal; senderismo en Iruya (cerro San Isidro); turismo rural comunitario en Hornaditas; compras transfronterizas en Villazón; visita histórica y religiosa en Yavi; inmersión cultural y paisajística en Nazareno.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Transporte Especializado (4x4) adecuado para alta montaña, caminos de ripio, calamina y eventuales cruces de agua o bofedales. equipamiento de emergencia (neumáticos de repuesto, eslingas, compresor y pala). Seguridad Médica y Logística en Altura: Equipo de Oxígeno: Indispensable debido a que la ruta transita. Botiquín de primeros auxilios. Sistema de comunicación satelital o de radio frecuencia (VHF/UHF), dada la falta de cobertura celular en gran parte del recorrido. Guía de Turistas Especializado: Ficha Medica y Consentimiento informado de parte del turista
Conectividad y accesos	RN 9 (eje longitudinal), RN 52 (Purmamarca), RP 73 (Hornocal), RP 13/133 (Iruya). Tramo Abra del Cóndor–Iruya por camino de montaña y cornisa.
Condiciones de operación	Descenso por camino de montaña y cornisa hacia Iruya, con altitud de paso superior a 4.000 msnm en el Abra del Cóndor; descenso pronunciado de altitud (5.050 a 3.000 msnm) en el tramo Cerro Fundición–Nazareno.

Ficha 4.1.a. Subproducto asociado: Trekking de Alta Montaña Nazareno–Iruya

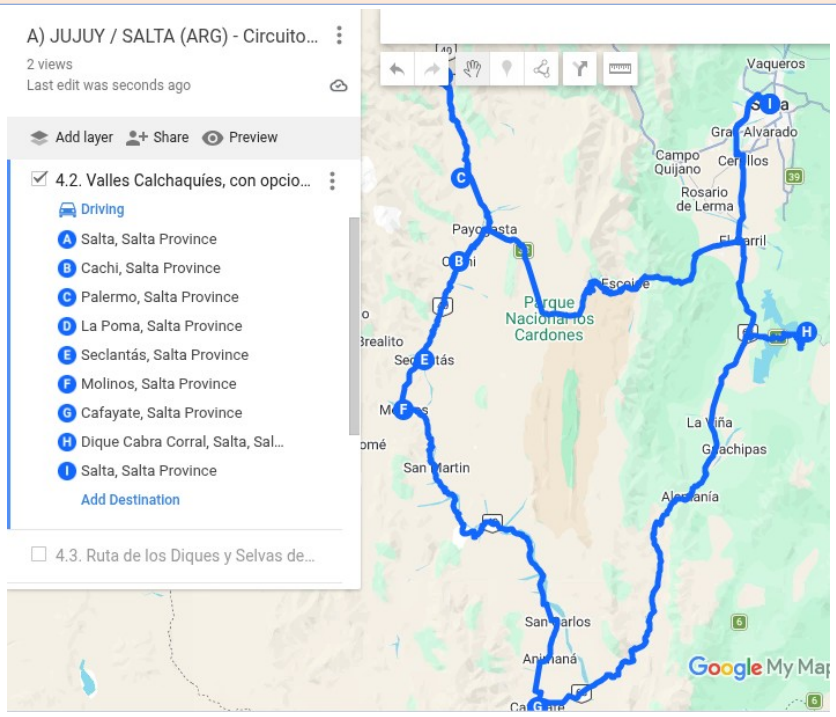
Campo	Contenido
Nombre del circuito	*4.1.a. Trekking de Alta Montaña Nazareno – Iruya*
Concepto	Producto de turismo de aventura extrema que conecta a pie las localidades de Nazareno e Iruya, en la Puna y los valles altos de Jujuy, combinando turismo de naturaleza y turismo rural comunitario.
Duración	5 días / 4 noches.
Temporalidad de operación	De abril a noviembre. De diciembre a abril, sujeto a condiciones climáticas.
Distancia y esfuerzo	60 km recorridos, en jornadas de 5 a 8 horas de caminata diaria.
Nivel de dificultad	Alto.
Modalidad	Turismo de aventura extrema, turismo de naturaleza y turismo rural comunitario.
Servicios disponibles	Alojamiento en casas de familia en la montaña (Molinos, Rodeo Colorado, Chichayoc, Nazareno); almuerzos con familias locales.
Condiciones de operación	Requiere experiencia previa, complexión física adecuada y predisposición a la aventura.

Ficha 4.1.b. Subproducto asociado: Travesía en Moto La Quiaca – Santa Victoria Oeste – Los Toldos – Parque Nacional Baritú

Campo	Contenido
Nombre del circuito	*4.1.b. Travesía en Moto La Quiaca – Santa Victoria Oeste – Los Toldos – Parque Nacional Baritú*
Concepto	Travesía motoquera que conecta la Puna jujeña con la Selva de Yungas del Parque Nacional Baritú, integrando cambios abruptos de piso ecológico.
Duración	4 días / 3 noches.
Temporalidad de operación	Mayo a octubre, preferentemente.
Condiciones de operación	El acceso desde Los Toldos hacia Lipeo y Baritú se realiza por camino de tierra; el Parque Nacional recomienda este tramo en vehículo 4x4 durante la época seca, dado que en verano las lluvias pueden dificultar considerablemente la circulación. Para una travesía en moto resulta especialmente importante evaluar el estado del camino antes de cada salida.

Ficha 4.2. Valles Calchaquíes, con opciones de Aventura, Naturaleza y Enoturismo

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	4.2. Valles Calchaquíes, con opciones de Aventura, Naturaleza y Enoturismo
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Circuito turístico escénico, cultural y de aventura que combina la alta montaña, las tradiciones artesanales ancestrales, el enoturismo de altura y el turismo activo en espeleología y espejos de agua.
Motivación principal de viaje	Enoturismo, turismo cultural y de aventura, espeleología, deportes náuticos y de aventura controlada.
Estado de desarrollo	Operado por agentes de viajes desde Salta
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 3 – Conurbación NOA Norte.
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincia de Salta; región de los Valles Calchaquíes, Quebrada de Escoipe y Valle de Lerma.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	4 días / 3 noches (circuito base); con extensión "Producto de Agua y Aventura" que suma el Dique Cabra Corral, la duración se extiende a 5 días / 4 noches.
Temporalidad recomendada	Todo el año.
Cobertura territorial	Provincia de Salta; comunas/departamentos Capital, Chicoana, Cachi, La Poma, Seclantás, Molinos, San Carlos, Cafayate y Coronel Moldes.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Salta, Chicoana, Cachi, La Poma (Caverna Puente del Diablo), Seclantás (Camino de los Artesanos), Molinos, San Carlos, Animaná, Cafayate y Dique Cabra Corral.
Atributos que incluye	Ruta Escénica Nacional 68, Ruta Provincial 33, Ruta Nacional 40 y Ruta Provincial 55 camino de los artesanos. Identidad vitivinícola y pueblos testimonios
Atractivos ancla	Rutas escénicas (Cuesta del Obispo y Recta de Tin-Tin; Ruta 40, tramo Quebrada de las Flechas; Ruta 68, Quebrada de las Conchas); Ruta de los Vinos de Altura y pueblos testimoniales como Cachi, Molinos y Cafayate; Dique Cabra Corral (paisaje y centro de deportes de aventura).
Atractivos complementarios	Parque Nacional Los Cardones; pueblo histórico de Seclantás; San Carlos y Animaná; iglesias de Seclantás; Iglesia de San José de Cachi; casco histórico de Molinos; graneros incaicos en La Poma.
Experiencias clave del circuito	Espeleología guiada y trekking en la Caverna Puente del Diablo; talleres vivos de artesanías y tejido de ponchos tradicionales en Seclantás; degustación de vinos de altura (especialmente cepa Torrontés); visita al Museo de la Luz de James Turrell; fotografía de paisajes extremos; deportes náuticos, bungee jumping, canopy y navegación en catamarán en el Dique Cabra Corral.

4. Itinerario Base

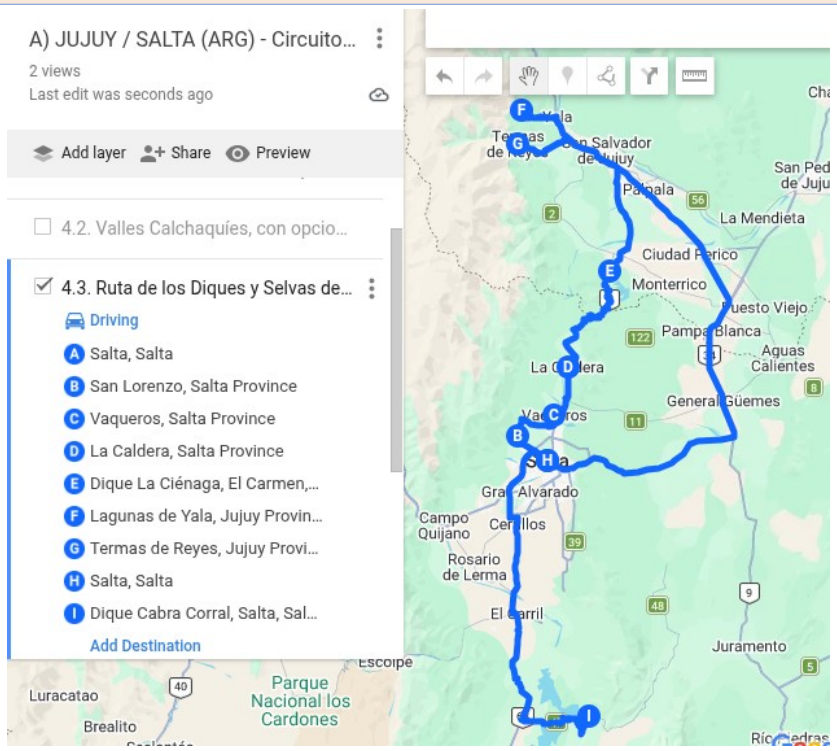
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Salta / Cachi / La Poma (Puente del Diablo). Salida temprana desde Salta hacia Chicoana; ascenso por la sinuosa Cuesta del Obispo, disfrutando de la Quebrada de Escoipe; cruce del Parque Nacional Los Cardones por la Recta de Tin-Tin hasta Cachi. Por la tarde, traslado hacia el norte por la Ruta 40 para visitar la Caverna Puente del Diablo en La Poma. Regreso a Cachi para pernoctar. Día 2 — Cachi / Camino de los Artesanos (Seclantás) / Molinos – San Carlos – Cafayate. Desayuno y partida hacia el sur por la histórica Ruta 40; desvío hacia Seclantás para recorrer el Camino de los Artesanos, con visita a talleres familiares de tejedores de ponchos salteños; continuación hacia Molinos, con visita a su iglesia histórica, la Bodega Colomé y el Museo de la Luz. Pernocte en Molinos. Día 3 — Enoturismo en Cafayate y descanso. Partida visitando el paisaje escénico de la Quebrada de las Flechas, con visita a San Carlos y Animaná. En Cafayate, jornada dedicada a recorrer bodegas de altura, viñedos de uva Torrontés, el Museo del Vino y las formaciones cercanas de la Quebrada de las Conchas (como Los Castillos o la Garganta del Diablo). Noche en Cafayate. Día 4 — Cafayate / Dique Cabra Corral / Regreso a Salta. Regreso hacia Salta por el camino escénico de la RN 68, con parada estratégica en el Dique Cabra Corral. Actividades alternativas en el dique: deportes de aventura (puenting, tirolesa, rafting en el río Juramento), paseos en catamarán, alquiler de kayaks o almuerzo con vista panorámica en los paradores locales. Opción extendida "Producto de Agua y Aventura" (días 4–5, sumando el Dique Cabra Corral en Salta): Día 4: salida al Dique Cabra Corral; interpretación del paisaje cultural del tabaco durante el trayecto; según preferencia del grupo, paseos en catamarán (interpretando el Embalse General Belgrano y el Dique Cabra Corral), kayak, motos de agua, y actividades extremas controladas: bungee jumping (salto desde plataforma sobre el puente, a unos 40 m de altura, con sogas especiales), tirolesa (descenso en cable con arneses, sobre cable de acero galvanizado de alta resistencia tensado entre anclajes estructurales), puenting (salto con sistemas de cuerdas específicos para lograr un balanceo) y rapel (descenso controlado con cuerdas); paseo en catamarán a la isla de los Sueños o a la isla de las Aves. Por la tarde, visita a una bodega y casa de campo para safari fotográfico, caminata y observación de cóndores, y disfrute de una cascada natural. Alojamiento en glamping de alta gama; cena gourmet con productos regionales Día 5: salida hacia la base operativa para realizar rafting en el río Juramento, descenso de aproximadamente 12 km a través del cañón del río, por rápidos de clase II y III, con observación de formaciones geológicas y sectores fósiles visibles en las paredes del cañón. Por la tarde, regreso al aeropuerto (Salta/Jujuy).
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Cachi (día 1), Molinos (día 2), Cafayate (día 3), glamping en la zona del Dique Cabra Corral (día 4, en la extensión). Paradas: Chicoana, Cuesta del Obispo, Parque Nacional Los Cardones, La Poma, Seclantás, San Carlos, Animaná, Quebrada de las Conchas, Dique Cabra Corral.
Actividades principales	Espeleología en la Caverna Puente del Diablo; artesanía textil en Seclantás; degustación y visita a bodegas en Cafayate; deportes de aventura y náuticos en el Dique Cabra Corral; en la extensión, rafting en el río Juramento y actividades extremas controladas (bungee, tirolesa, puenting, rapel).

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en Cachi, Molinos, Cafayate; glamping de alta gama en la zona del Dique Cabra Corral (extensión). Servicios de transporte: Vans y minivans de alta capacidad (tipo Mercedes-Benz Sprinter, Renault Master o Toyota Hiace).Exigencia técnica: Tracción trasera o integral, motor diésel de buena potencia con turbocompresor (para responder al ascenso a los 3.457 m s. n. m. en la Cuesta del Obispo) y excelente sistema de amortiguación reforzado para absorber el serrucho del ripio de la Ruta 40.
Conectividad y accesos	Ruta Provincial 68, Ruta Provincial 33, Ruta Nacional 40, Ruta Provincial 55, RN 68 en el tramo de regreso a Salta.
Condiciones de operación	Actividades extremas controladas (bungee jumping, tirolesa, puenting, rapel) sujetas a arneses y sistemas de cuerdas específicos; rafting en el río Juramento en rápidos de clase II y III. Ficha de Consentimiento informado

Ficha 4.3. Ruta de los Diques y Selvas de Montaña (circuito integrado Salta–Jujuy)

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	4.3. Ruta de los Diques y Selvas de Montaña (circuito integrado Salta–Jujuy)
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Recorrido geoturístico y cultural de inmersión en la ecorregión de las Yungas y los valles templados del norte argentino, que conecta diques, embalses, microclimas fluviales, termalismo y tradiciones locales a través de rutas escénicas de bajo impacto ambiental y alta diversidad biológica.
Motivación principal de viaje	Turismo de naturaleza y aventura, navegación y náutica, turismo de bienestar termal, y turismo cultural y gastronómico.
Estado de desarrollo	En desarrollo. operado por tramos por agentes de viajes de Salta y Jujuy
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 3 – Conurbación NOA Norte (circuito integrado binacional-interprovincial Salta–Jujuy).
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincias de Salta y Jujuy; departamentos Capital y La Caldera (Salta), El Carmen, San Antonio y Dr. Manuel Belgrano (Jujuy).

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	3 días / 2 noches (circuito base); con la extensión "Producto de Agua y Aventura" que suma el Dique Cabra Corral, la duración se extiende a 5 días.
Temporalidad recomendada	No especificado en la fuente.
Cobertura territorial	Municipios de Villa San Lorenzo, Vaqueros y La Caldera (Salta); El Carmen, San Antonio y Yala (Jujuy).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	San Lorenzo, Vaqueros, La Caldera, El Carmen, San Antonio, Yala, Lozano y Termas de Reyes.
Atributos que incluye	Acceso por RN 9, RP 28 y RP 11 (Salta); RP 42, RP 48 y RP 4 (Jujuy).
Atractivos ancla	Reserva Natural Municipal Quebrada de San Lorenzo (Yungas salteñas); Reserva Privada El Huayco; Camino de Cornisa de la RN 9 (corredor verde entre Salta y Jujuy); complejo de embalses La Ciénaga y Las Maderas (El Carmen); Parque Provincial Potrero de Yala y Laguna de Yala (Jujuy); fuentes termales de Reyes (complejo termal y paisajes de quebrada).
Atractivos complementarios	Mercado artesanal y costanera del Río Vaqueros; Cristo Redentor y centro histórico de La Caldera; casco histórico y arroyo de San Antonio; Lozano.
Experiencias clave del circuito	Trekking de media y baja dificultad; senderos interpretativos de biodiversidad de la selva montana; observación de aves entre distintos pisos altitudinales de la Selva de Yungas; cicloturismo; kayak, paseos en bote, stand up paddle surf y pesca deportiva; baños termales y circuito spa en Termas de Reyes; ferias de productores y artesanales.

4. Itinerario Base

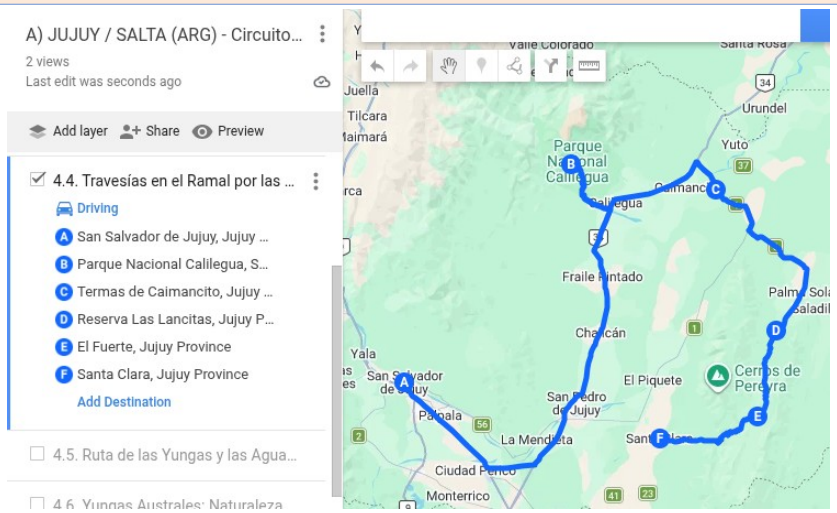
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — El portal de las Yungas salteña. Mañana: salida desde Salta capital hacia San Lorenzo; caminata interpretativa por la Reserva Natural Quebrada de San Lorenzo y observación de aves en la Reserva El Huayco (opción de cicloturismo en la Reserva Provincial de la Finca Las Costas, o cabalgata gaucha). Mediodía: almuerzo en San Lorenzo con gastronomía regional. Tarde: traslado por Vaqueros (visita al paseo de artesanos) y avance por la RN 9 hacia La Caldera, con parada en el Cristo Redentor y caminata contemplativa en el Embalse Campo Alegre. Noche: alojamiento y cena en La Caldera o zona rural aledaña. Día 2 — Transición de cornisa y espejos de agua. Mañana: recorrido por el clásico Camino de Cornisa (RN 9), con paisaje de selva de montaña y paradas panorámicas en miradores naturales, hasta llegar al municipio de El Carmen. Mediodía: almuerzo en el Embalse La Ciénaga (pejerrey local). Tarde: actividades náuticas o caminata en los diques La Ciénaga y Las Maderas; traslado hacia San Antonio, con reconocimiento y degustación de quesos de cabra. Noche: alojamiento en San Antonio o traslado a la zona de Yala. Día 3 — Lagunas andinas y relax termal. Mañana: ascenso por la RP 4 hacia el Parque Provincial Potrero de Yala; recorrido por las lagunas de Yala (Rodeo, Comedero) y caminata por senderos de niebla. Tarde: ingreso a las Termas de Reyes, jornada dedicada al circuito de aguas termales y descanso. Cierre: retorno hacia San Salvador de Jujuy o enlace de regreso a Salta por la autovía RN 9/34. Extensión "Producto de Agua y Aventura" (días 4–5), combinando el circuito con el Dique Cabra Corral en Salta: ver itinerario de días 4 y 5 en la Ficha 3.4 (Valles Calchaquíes), que corresponde al mismo contenido descrito en la fuente para esta extensión combinada.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: La Caldera o zona rural aledaña (día 1), San Antonio o zona de Yala (día 2). Paradas: San Lorenzo, Reserva El Huayco, Vaqueros, Cristo Redentor, Embalse Campo Alegre, Camino de Cornisa, Embalse La Ciénaga, dique Las Maderas, Parque Provincial Potrero de Yala, lagunas de Yala, Termas de Reyes.
Actividades principales	Caminata interpretativa y observación de aves en la Quebrada de San Lorenzo; visita al paseo de artesanos de Vaqueros; actividades náuticas en los diques La Ciénaga y Las Maderas; ascenso al Potrero de Yala; circuito termal y spa en Termas de Reyes.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en La Caldera o zona rural aledaña, y en San Antonio o zona de Yala. En transporte varios : Vans y minivans de alta capacidad (tipo Mercedes-Benz Sprinter, Renault Master o Toyota Hiace). en camionetas 4 x 4. En moto y vehículo particular
Conectividad y accesos	RN 9, RP 28, RP 11 (Salta); RP 42, RP 48, RP 4 (Jujuy); enlace final por RN 9/34.
Condiciones de operación	Actividades náuticas condicionadas a la disponibilidad de servicios en los diques La Ciénaga y Las Maderas; senderos de niebla en el Potrero de Yala.

Ficha 4.4. Travesías en el Ramal por las yungas jujeñas

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	4.4. Travesías en el Ramal por las yungas jujeñas
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Experiencia de inmersión en la biodiversidad de las Yungas jujeñas, la producción agropecuaria de los valles subtropicales y la riqueza termal e histórica del pedemonte oriental.
Motivación principal de viaje	Ecoturismo, observación de aves, turismo termal y bienestar, y agroturismo.
Estado de desarrollo	En desarrollo
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 3 – Conurbación NOA Norte.
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincia de Jujuy; Región del Ramal Jujeño.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	3 días / 2 noches.
Temporalidad recomendada	Durante todo el año.
Cobertura territorial	Municipios Libertador General San Martín, Palma Sola y Santa Clara.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Libertador General San Martín, Caimancito, Palma Sola, El Fuerte, Santa Clara.
Atributos que incluye	Acceso por RN 34, RP 1, RP 6 y RP 84.
Atractivos ancla	Parque Nacional Calilegua, Termas de Caimancito; Reserva Provincial Las Lancitas
Atractivos complementarios	Centro de Visitantes de Ledesma; viveros citrícolas y huertas hortícolas; mirador del Abra de los Piñones y zonas de producción de caña de azúcar y paisajes rurales de transición.
Experiencias clave del circuito	Fotografía de naturaleza; ecoturismo; observación de aves; turismo termal y bienestar; agroturismo.

4. Itinerario Base

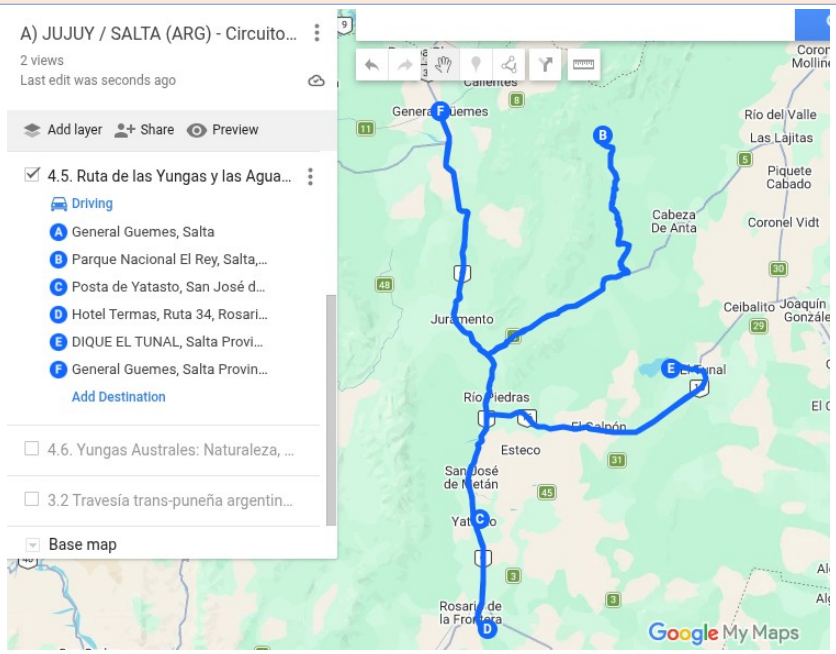
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Parque Nacional Calilegua y Termas de Caimancito. Mañana: recorrido por el sendero del Tapir en el Parque Nacional Calilegua; visita al Centro de Visitantes de Ledesma; traslado a Caimancito y relajación en sus aguas termales. Noche en Libertador General San Martín. Día 2 — Reserva Provincial Las Lancitas. Mañana: traslado a Palma Sola, reconociendo fincas productoras de frutas y hortalizas; parada en el monolito del Vértice Capricornio; visita al sendero interpretativo de la Reserva Provincial Las Lancitas. Tarde: visita a El Fuerte y alojamiento temático en Las Yungas Lodge, para fotografía de aves: picaflor verde (*Chlorostilbon lucidus*), picaflor vientre blanco (*Elliotomyia chionogaster*), picaflor enano (*Microstilbon burmeisteri*), colibrí mediano (*Colibri serrirostris*), picaflor cometa (*Sappho sparganurus*) y picaflor frente azul (*Eriocnemis glaucopoides*). Noche en Las Yungas Lodge. Día 3 — Paisaje cultural de la caña de azúcar. Mañana: continúa el registro de picaflores y otras especies emblemáticas en Las Yungas Lodge de El Fuerte; visita al mirador Abra de los Piñones y descenso a Santa Clara. Tarde: interpretación del paisaje cultural de la caña de azúcar y observación del paisaje de transición entre la selva pedemontana y el chaco salteño; traslado a Libertador General San Martín, cierre del circuito.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Libertador General San Martín (día 1), Las Yungas Lodge en El Fuerte (día 2). Paradas: Calilegua, Ledesma, Caimancito, Palma Sola, monolito del Vértice Capricornio, Reserva Las Lancitas, El Fuerte, Mirador Abra de los Piñones, Santa Clara.
Actividades principales	Senderismo en el Parque Nacional Calilegua; baño termal en Caimancito; visita a fincas productoras y al sendero de la Reserva Las Lancitas; fotografía de picaflores en Las Yungas Lodge; interpretación del paisaje azucarero.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en Libertador General San Martín y en Las Yungas Lodge (El Fuerte).
Conectividad y accesos	RN 34, RP 1, RP 6, RP 84.
Condiciones de operación	Abril a Diciembre - en Verano sujeta a condiciones climaticas

Ficha 4.5. Ruta de las Yungas y las Aguas Termales

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	4.5. Ruta de las Yungas y las Aguas Termales
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Recorrido integral que combina la biodiversidad intacta de la Yunga salteña, la riqueza termal curativa y la cultura de las ciudades históricas del sur de la provincia, conectadas por el eje vial de la Ruta Nacional 9/34.
Motivación principal de viaje	Turismo de naturaleza (senderismo y avistaje de aves), turismo de salud y bienestar termal, turismo activo y náutico, y turismo cultural e histórico.
Estado de desarrollo	No especificado en la fuente.
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 3 – Conurbación NOA Norte.
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincia de Salta; Región del Sur Histórico de Salta.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	3 días / 2 noches.
Temporalidad recomendada	Durante todo el año.
Cobertura territorial	Comunas de General Güemes, San José de Metán, Rosario de la Frontera y El Galpón.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	General Güemes, Metán, Rosario de la Frontera, El Galpón, Parque Nacional El Rey y Dique El Tunal.
Atributos que incluye	Acceso por RN 34 (conexión Güemes/Metán–Rosario de la Frontera, con empalme hacia El Galpón); Ruta Provincial 20 (acceso al Parque Nacional El Rey); Ruta Provincial 16 (conexión hacia El Galpón y el Dique El Tunal).
Atractivos ancla	Parque Nacional El Rey (reserva biológica fundamental de las Yungas y de transición al chaco serrano); Termas de Rosario de la Frontera (centro termal más antiguo e importante de la región, reconocido por sus nueve aguas curativas de diversas temperaturas); Dique El Tunal (espejo de agua de referencia para la pesca deportiva — dorado y tararira— y los deportes náuticos).
Atractivos complementarios	Centro histórico y postas de Metán, vinculados al Camino Real y al general José de San Martín; pueblo y entorno rural de El Galpón, con tradición gauchesca, producción agrícola y ribera del río Juramento; Hotel Termas de Rosario de la Frontera, edificio histórico inaugurado a fines del siglo XIX.
Experiencias clave del circuito	Senderismo, avistaje de aves y fotografía de naturaleza en el Parque Nacional El Rey; baños termales, hidromasaje y tratamientos relajantes en Rosario de la Frontera y Aguas Calientes; paseo en lancha en el Dique El Tunal; recorridos culturales e históricos por Metán y Rosario de la Frontera; gastronomía regional (empanadas salteñas, carnes a la parrilla, queso de cabra y dulcería artesanal).

4. Itinerario Base

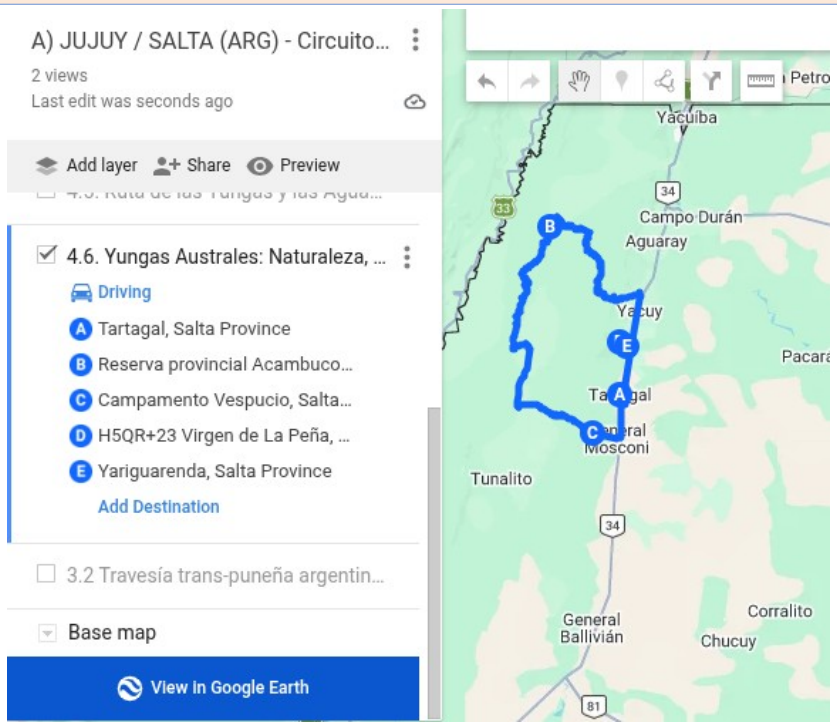
Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Visita al Parque Nacional El Rey. Salida temprana hacia el Parque Nacional El Rey por RN 9/34 y RP 20; recorrido de senderos interpretativos y observación de flora y fauna de las Yungas. Por la tarde, recorrido por San José de Metán y arribo a Rosario de la Frontera. Pernocte en Rosario de la Frontera. Día 2 — Bienestar termal. Mañana: bienestar termal con control preventivo de presión arterial en gabinete médico y sucesión de tratamientos: baño de vapor sulfuroso (inhalación y apertura de poros con agua sulfurosa, 15 minutos); baño de inmersión terapéutico (tina con mezcla calibrada de agua salada, silícea y ferruginosa para relajación muscular) y reposo gradual; aplicación de fangoterapia o cataplasmas; masaje descontracturante (masoterapia manual con aceites esenciales para potenciar la vasodilatación del agua termal); circuito recreativo acuático en pileta termal. Almuerzo gastronómico tradicional. Tarde: caminata y visita a la Virgen de la Montaña en un entorno de selva de Yungas; breve recorrido por el centro de Rosario de la Frontera, con visita a la iglesia principal y paseo artesanal. Cena en restaurante del pueblo. Opción: juego de 9 hoyos en el campo de golf. Día 3 — Dique El Tunal: naturaleza y turismo activo. Mañana: salida desde Rosario de la Frontera hacia el Dique El Tunal, atravesando el paisaje rural del sur salteño y conectando con la Ruta Provincial 16; llegada al dique, con recorrido e interpretación del entorno natural, la importancia del río Juramento y la biodiversidad asociada al embalse; paseos en lancha, según condiciones y servicios disponibles. Almuerzo campestre. Tarde: regreso al nodo articulador de General Güemes.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Rosario de la Frontera (noches 1 y 2). Paradas: Parque Nacional El Rey, San José de Metán, Dique El Tunal, General Güemes.
Actividades principales	Senderismo y avistaje de aves en el Parque Nacional El Rey; circuito completo de bienestar termal en Rosario de la Frontera; visita al Santuario de la Virgen de la Montaña; navegación en lancha en el Dique El Tunal.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en Rosario de la Frontera (Hotel Termas de Rosario de la Frontera); gabinete médico para el control preventivo en el circuito termal.
Conectividad y accesos	RN 9/34, Ruta Provincial 20 (Parque Nacional El Rey), Ruta Provincial 16 (El Galpón y Dique El Tunal).
Condiciones de operación	Paseos en lancha en el Dique El Tunal sujetos a condiciones y disponibilidad de servicios; tratamientos termales sujetos a control médico preventivo.
Equipamiento obligatorio	No especificado en la fuente.

Ficha 4.6. Yungas Australes: Naturaleza, Espiritualidad y Cultura Guaraní

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	4.6. Yungas Australes: Naturaleza, Espiritualidad y Cultura Guaraní
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Circuito de turismo de naturaleza y turismo comunitario que invita a descubrir las Yungas salteñas a través de experiencias de senderismo, interpretación ambiental, gastronomía sostenible, patrimonio religioso y encuentros con la cultura viva de la etnia aba-guaraní, promoviendo un turismo responsable y de base comunitaria.
Motivación principal de viaje	Turismo de naturaleza, turismo cultural comunitario, turismo religioso y turismo gastronómico.
Estado de desarrollo	incipiente
Tramo del Corredor al que pertenece	Sección 3 – Conurbación NOA Norte.
País	Argentina.
Provincia / Región	Provincia de Salta; Región Turística Selva de Montaña.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	2 días / 1 noche.
Temporalidad recomendada	Todo el año
Cobertura territorial	Municipios de Aguaray, Tartagal y General Enrique Mosconi.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Aguaray, Tartagal, General Enrique Mosconi.
Atributos que incluye	Acceso por RN 34, RP 86 y RP 142 (vincula Campamento Vespucio con la Reserva Provincial Acambuco, corriendo paralela a la Ruta 34 pero por la selva).
Atractivos ancla	Experiencia de turismo rural comunitario con la comunidad aba-guaraní; senderismo en la selva; cascada de Capiazuti; fotografía de naturaleza; observación de aves; experiencia inclusiva de interpretación ambiental.
Atractivos complementarios	Camping Capiazuti; pueblo de Aguaray; Salvador Mazza; Yacuiba; Museo del Petróleo en Campamento Vespucio; Laguna El Seis; Aguaragüe; Centro Cultural de Pueblos Originarios en Tartagal; Museo Regional de Ciencias Naturales "Profesor Rodolfo Parodi Bustos"; miradores naturales.
Experiencias clave del circuito	Turismo de naturaleza: senderismo a la cascada natural de Capiazuti, recorrido por el Sendero Sonoro (experiencia sensorial accesible), observación de aves, fotografía de naturaleza y educación ambiental. Turismo cultural: interpretación de las nueve etnias existentes en la región, con visita a la comunidad Yariguarenda aba-guaraní (huerta agroecológica, observación de aves en sendero habilitado, interpretación de la cosmovisión guaraní). Turismo religioso: visita al Santuario Virgen de la Peña y al Taller Sacro (con recorrido opcional del viacrucis por la selva). Turismo gastronómico: cocina tradicional orgánica elaborada por la comunidad, bajo la experiencia Slow Food Km 0.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Cascadas, Yungas y patrimonio ypefiano. Mañana: salida temprana hacia la Cascada de Capiazuti, con un pequeño trekking para conocerla; continuación hacia la Reserva Provincial de Acambuco, con paseo por el pueblo, recorrido a miradores, avistaje de especies de aves y visita a la comunidad rural de Acambuco. Tarde: descenso al pueblo de Campamento Vespucio por la Ruta Provincial 142, reconocida como el camino del guacamayo verde y el yaguareté, con paradas en San Pedrito y en la Laguna El Seis (registro de aves emblemáticas de la selva pedemontana); desarrollo de la experiencia inclusiva de interpretación ambiental (Sendero Sonoro); visita a Campamento Vespucio, con sus chalets de arquitectura neocolonial e inglesa como patrimonio ypefiano, el Museo Regional de Ciencias Naturales y del Petróleo "Prof. Rodolfo Parodi Bustos" y el museo en homenaje al Chango Nieto (en la ex Proveeduría). Pernocte en Tartagal. Día 2 — Experiencia "ñande-reko" en comunidad originaria aba-guaraní. Mañana: city tour en Tartagal, con visita al templo de la Iglesia Parroquial de La Purísima, frente a la Plaza San Martín; recorrido por el Centro Cultural de los Pueblos Originarios, con salas de exposición e interacción con artesanías de las etnias regionales (wichí, chiriguano, chané, chorote, chulupí, guaraní, tapiete, entre otras); visita al Santuario Virgen de la Peña; almuerzo tradicional brindado por la comunidad de Yariguarenda (experiencia Slow Food). Tarde: en la comunidad de Yariguarenda, desarrollo del programa "ñande-reko" ("nuestro modo de ser"), con caminata por el "tape" (sendero guaraní), recorridos guiados por miembros de la comunidad a lo largo de quebradas, arroyos y cauces naturales (como el sector del Chorro); taller cultural y experiencia de intercambio, con charla sobre identidad y modo de ser de la comunidad y presentación de artesanías tradicionales. Cena en Tartagal.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Tartagal (noche del día 1). Paradas: Cascada de Capiazuti, Reserva Provincial de Acambuco, Campamento Vespucio, San Pedrito, Laguna El Seis, Plaza San Martín (Tartagal), Centro Cultural de los Pueblos Originarios, Santuario Virgen de la Peña, comunidad de Yariguarenda.
Actividades principales	Trekking a la Cascada de Capiazuti; observación de aves en Acambuco y Laguna El Seis; experiencia inclusiva del Sendero Sonoro; visita patrimonial e histórica en Campamento Vespucio; city tour cultural y religioso en Tartagal; programa comunitario "ñande-reko" con la comunidad aba-guaraní de Yariguarenda.

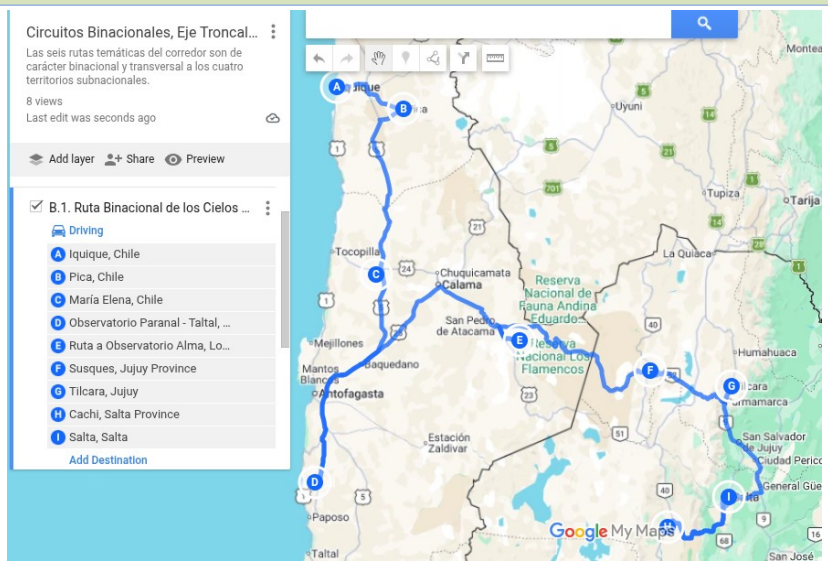
5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamiento en Tartagal; gastronomía comunitaria (almuerzo y programa Slow Food) provista por la comunidad de Yariguarenda.
Conectividad y accesos	RN 34, RP 86, RP 142 (Campamento Vespucio–Reserva Provincial Acambuco).
Condiciones de operación	Actividades comunitarias sujetas a la disponibilidad y participación de la comunidad aba-guaraní de Yariguarenda; experiencia inclusiva de interpretación ambiental (Sendero Sonoro) diseñada para accesibilidad sensorial.

B. Rutas de experiencias temáticas

Ficha B.1. Ruta Binacional de los Cielos Andinos

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	B.1. Ruta Binacional de los Cielos Andinos
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Circuito turístico binacional que integra los principales destinos de observación astronómica del norte de Chile y del norte argentino, combinando ciencia, patrimonio cultural andino, astronomía ancestral, paisajes de altura y experiencias de observación del cielo nocturno bajo algunos de los cielos más limpios del planeta.
Motivación principal de viaje	Vivir una expedición transfronteriza que conecta las dos formas más profundas que ha desarrollado la humanidad para observar los cielos nocturnos y leer el universo: por un lado, a través de la ciencia y la tecnología; por otro, a través de la astronomía ancestral y viva. Incluye la visita a los centros astronómicos más importantes del mundo, el aprendizaje de la cosmovisión de los pueblos andinos y actividades de turismo de naturaleza y aventura.
Estado de desarrollo	En desarrollo. (Existen ofertas promocionadas desde cada región, pero aún no articuladas en un circuito integrado.)
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC (Norte de Chile y Norte Argentino).
País	Chile y Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Tarapacá (Comuna de San Andrés de Pica), Región de Antofagasta (comunas de San Pedro de Atacama y Taltal). Argentina: Provincia de Jujuy (municipios de Susques y Purmamarca) y Provincia de Salta (Tren Solar, Cachi, Cafayate — Valles Calchaquíes).

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	9 días / 8 noches.
Temporalidad recomendada	Todo el año, con mayor recomendación entre marzo y noviembre por la menor nubosidad. Las fases de luna nueva constituyen la mejor época para las actividades de observación.
Cobertura territorial	Norte de Chile: Región de Tarapacá (Comuna San Andrés de Pica), Región de Antofagasta (comunas de San Pedro de Atacama y Taltal). Norte argentino: Provincia de Jujuy (municipio de Susques, Purmamarca) y Provincia de Salta (Tren Solar, Cachi, Cafayate, Valles Calchaquíes).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Norte de Chile: San Andres de Pica, San Pedro de Atacama y Antofagasta. Norte argentino: Purmamarca, Tilcara, Susques, Cachi, Cafayate, Salta.
Atributos que incluye	Atmósfera transparente y ventaja topográfica: con más de 2.500 msnm de altitud promedio y bajísimos índices de humedad, la atmósfera reduce al mínimo la distorsión óptica, con baja contaminación lumínica y cielos diáfanos más de 299 días al año. Ecosistema de certificación Starlight: Pica como cuarto pueblo Starlight del mundo, la "Ruta de los Cielos Jujeños" en la provincia de Jujuy, y los observatorios astronómicos de San Pedro de Atacama y Taltal, de interés mundial, otorgan al circuito un sello de calidad internacional garantizado en protección del cielo nocturno y divulgación científica. Patrimonio intangible vivo: la supervivencia de saberes ancestrales, la transmisión intergeneracional y la vigencia de una cosmogonía y cosmovisión de los cielos andinos, presentes en experiencias de astroturismo.
Atractivos ancla	Oasis de Pica (Best Tourism Village, certificación Starlight); Observatorio Paranal; ALMA; Extremely Large Telescope (ELT); Astronomy Chile Industry Day; Ruta de los Cielos – Sendero Starlight (RN 52); Tren Solar de la Quebrada; Cielos Calchaquíes; Sendero de los Planetas.
Atractivos complementarios	Salar de Atacama; lagunas altiplánicas; San Pedro de Atacama; Salinas Grandes; Susques; Purmamarca y Quebrada de Humahuaca (UNESCO); Parque Nacional Los Cardones; Cachi; Cafayate; Ruta 40; viñedos de los Valles Calchaquíes; gastronomía andina y enoturismo.
Experiencias clave del circuito	Observación astronómica guiada; astrofotografía; visitas a observatorios científicos; interpretación de la cosmovisión andina; caminatas nocturnas; turismo ferroviario; gastronomía bajo las estrellas.

Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Llegada a Iquique, traslado a Pica: los cielos oscuros en el Tamarugal. Mañana: visita guiada a los Geoglifos de Pintados, centrada en su legado ancestral como señales de rutas terrestres diseñadas siguiendo el mapa de los cielos. Tarde: visita al pueblo de San Andrés de Pica (primer pueblo Starlight de Sudamérica) y disfrute de las aguas termales de La Cocha. Noche: observación guiada de los cielos, con reconocimiento de la cosmovisión andina de los pueblos aymara (Astronomía andina, ka-kan). Pernocte en Pica. Día 2 — María Elena y los cielos oscuros. Traslado a María Elena; visita a la oficina

Campo	Contenido
	salitrera María Elena, con recorrido interpretativo por el patrimonio urbano e industrial; visita/experiencia en Wichana Siilu y/o Pimiento Tour, integrando interpretación astronómica, paisaje desértico y patrimonio cultural; experiencia de astrofotografía. Pernocte en Calama o San Pedro de Atacama. Día 3 — Observación astronómica de clase mundial. Salida hacia el Observatorio ALMA (según disponibilidad del calendario oficial de visitas), con recorrido por el Centro de Apoyo a las Operaciones (OSF) e interpretación de la investigación científica desarrollada en el observatorio. Tarde: visita a un observatorio turístico para complementar la experiencia científica mediante observación con telescopios (SPACE Obs, Centro Astronómico IOcrux). Noche: observación de objetos de cielo profundo. Pernocte en San Pedro de Atacama. Día 4 — Turismo científico en el desierto costero. Salida temprana hacia el Observatorio Paranal, con visita guiada (según calendario de apertura) a las instalaciones del Very Large Telescope (VLT), los programas científicos de ESO y la importancia del desierto de Atacama para la astronomía mundial; observación exterior del proyecto Extremely Large Telescope (ELT) desde puntos autorizados, con interpretación del futuro de la astronomía terrestre; si coincide con la programación, participación en actividades del Astronomy Chile Industry Day o charlas de divulgación científica. Pernocte en Antofagasta. Día 5 — Antofagasta a San Pedro de Atacama (atractivos matutinos y astroturismo). Salida hacia San Pedro, con visita a las Ruinas de Huanchaca en la mañana temprana (Antofagasta), o parada en Chacabuco/Valle de la Luna, en las afueras de San Pedro de Atacama, al mediodía, para apreciar la geología árida; tarde libre para recorrer el casco histórico, la iglesia y la feria artesanal. Noche: actividad de astroturismo en observatorio local, con charla de cosmogonía andina y constelaciones oscuras, combinada con observación por telescopio. Pernocte en San Pedro de Atacama. Día 6 — Ruta de los Cielos Jujeños. Salida temprana de San Pedro para ascender por la Ruta 27-CH (Chile) hacia el Paso Fronterizo de Jama (RN 52, Argentina), con trámites migratorios y aduaneros integrados. Tarde: arribo a Susques, con actividad de observación astronómica en su entorno, aprovechando que el tramo forma parte de la "Ruta de los Cielos Jujeños", itinerario acreditado como Sendero Starlight; reconocimiento de constelaciones indígenas (la Yacana, el Suri, la Llama) en un firmamento de nitidez excepcional a más de 3.600 msnm. Pernocte en Susques. Día 7 — Tren Solar y astroturismo. Traslado y embarque en la Estación Purmamarca, por la tarde, para el recorrido en el Tren Solar de la Quebrada (impulsado por baterías de litio) hacia estaciones como Tumbaya o Maimará, con la experiencia astro turística "Cielo en Movimiento": interpretación de estrellas, relatos el cielo andino y observación mediante telescopios profesionales en medio del silencio de los cerros colorados. Pernocte en Purmamarca. Día 8 — Trekking en el Sendero de los Planetas. Salida temprana hacia Cachi, con desvío en el Valle del Tonco; caminata guiada por el Sendero de los Planetas (iniciativa científica y educativa del proyecto "Tonco: Paraíso Astronómico"), recorriendo a pie un modelo del sistema solar a escala integrado al paisaje de cardones y cerros rojizos. Noche: experiencia "Cielos Calchaquíes" con el prestador Linterna Verde, con reconocimiento de constelaciones occidentales y arqueoastronomía andina. Cena de cierre y pernocte en hotel de Cachi. Día 9. Regreso a la ciudad de Salta y retorno al lugar de origen

Campo	Contenido
Actividades principales	Visitas guiadas a observatorios científicos de referencia mundial (ALMA, Paranal, ELT); observación astronómica nocturna y astrofotografía en distintos nodos del recorrido; interpretación de cosmovisión y constelaciones andinas; recorrido en el Tren Solar de la Quebrada; trekking astronómico-educativo en el Sendero de los Planetas; cruce fronterizo Chile-Argentina por el Paso de Jama.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Servicios hoteleros y para-hoteleros de calidad que garanticen confort térmico (calefacción eficiente) y servicios de descanso diurno optimizados para viajeros con actividades nocturnas. Servicios gastronómicos que integren la identidad local (cocina puneña y calchaquí) con propuestas adaptables: lunches fríos en ruta, cenas tardías post-observación e hidratación constante en altura (infusiones locales de rica-rica, coca, etc.). Servicios de guías especializados y formados en astroturismo, con conocimientos en primeros auxilios WFR. Disponibilidad de prestadores y operadores con conocimiento en servicios de astroturismo.
Conectividad y accesos	Ruta de montaña con tramos de camino consolidado y de cornisa que requieren precaución. No existe cobertura wifi total en el recorrido.
Condiciones de operación	Grupos reducidos de nicho (mínimo 6, máximo 15 pasajeros), para facilitar la logística en zonas remotas y el manejo de la altura. Abastecimiento crítico: carga obligatoria de combustible en puntos nodales; se recomienda que el vehículo cuente con una autonomía mínima de 500 km. Agua y alimentos: suministro de contingencia de agua mineral de alta hidratación (mínimo 3 litros por persona por día en los tramos de altura) y raciones de marcha calórica para los tramos intermodales. El circuito también requiere guía especializado y una ficha médica y ficha de consentimiento informado por parte del turista
Equipamiento obligatorio	Vehículos 4x4 adaptados con doble rueda de auxilio; mantas térmicas de emergencia; tubo de oxígeno medicinal a bordo (con oximetría de pulso diaria para los pasajeros); handies de radio VHF/UHF; teléfono satelital o antena Stirling; dispositivo de comunicación SOS tipo Garmin InReach. Vestimenta técnica en capas (muda para temperaturas bajo cero en el altiplano/puna; ropa ligera y protección UV extrema para el desierto).

6. Mercado Objetivo

Campo	Contenido
Perfiles de mercado	El circuito aborda una demanda especializada de alto valor agregado, interesada en la ciencia, la naturaleza y las manifestaciones culturales autóctonas: astroturistas y aficionados a la astronomía (buscadores de cielos oscuros calificados —dark sky seekers— que priorizan la calidad atmosférica y el uso de instrumental óptico); fotógrafos y astro fotógrafos (que buscan capturar el contraste de los relieves andinos —volcanes, salares, quebradas, cardones— bajo la Vía Láctea); turistas de ciencia y educación (estudiantes, docentes, miembros de clubes de astronomía y académicos orientados a conocer los proyectos científicos y la arqueoastronomía); turismo premium y de naturaleza exclusiva (viajeros de alto nivel socioeconómico que demandan experiencias personalizadas, alojamientos confortables y guías privados en entornos naturales remotos); viajeros culturales y familias (público motivado por el cruce entre la astronomía científica y la cosmovisión del mundo andino, arqueoastronomía y etnografía).
Mercado geográfico prioritario	Regional (Argentina y Chile, con foco en el intercambio científico); internacional de larga distancia (Europa Central: Francia, Alemania, Reino Unido).
Nivel de gasto esperado	Medio-alto, debido a los requerimientos de logística especializada, transportación privada de alta gama, pernoctes específicos y guías expertos.
Modalidades de comercialización	Venta directa a través de agencias especializadas en turismo científico, de naturaleza, expedición y cultural. Operación conjunta entre un tour operador receptivo de Salta y un tour operador de Tarapacá y Antofagasta, permitiendo la venta de la ruta como "paquete cerrado binacional" en ferias internacionales de turismo (por ejemplo, FIT América Latina o ITB Berlín). El Turismo educativo es una opción regional interesante

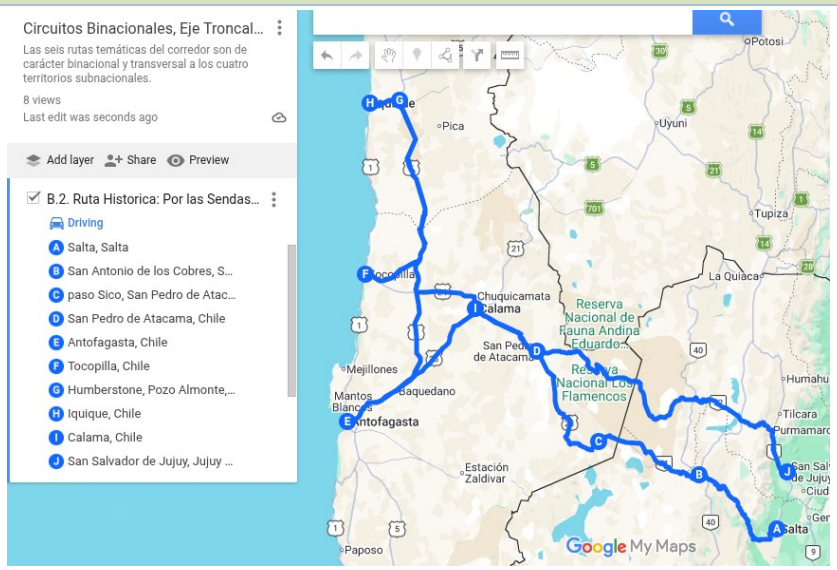
7. Oportunidades y Acciones Prioritarias

Campo	Contenido
Principales oportunidades de desarrollo	• Consolidación del primer corredor astro turístico binacional de Sudamérica, posicionando la macrorregión transandina (norte de Chile, Puna jujeña, Salta y Valles Calchaquíes) como polo de referencia global en astroturismo, uniendo la astronomía de frontera científica con la arqueoastronomía andina. • Sinergia con productos consolidados: integración de la experiencia nocturna a atractivos de escala internacional como el Tren Solar de la Quebrada, la Ruta de los Cielos Jujeños (Sendero Starlight), San Pedro de Atacama, San Andres de Pica (Best Tourism Village y con certificación Starlight) y el Sendero de los Planetas/Cielos Calchaquíes en Salta y el pueblo de Cachi (Best Tourism Village). • Captación de mercados de alto valor y turismo científico: dark sky seekers, astro fotógrafos, universidades y clubes astronómicos internacionales de Europa, Estados Unidos y Brasil, con gasto diario promedio elevado (ABC1). • Desarrollo socioeconómico en comunidades originarias: diversificación de la economía local en la Puna y los Valles mediante la formación de guías locales en arqueoastronomía, hospedajes comunitarios y servicios de gastronomía tradicional nocturna.

Campo	Contenido
Brechas identificadas	• Diferencia de infraestructura: asimetría en la calidad de equipamiento, conectividad y señalización orientada al astroturismo entre los distintos nodos del circuito (alta densidad de observatorios en Chile frente a productos emergentes en el norte argentino). • "Contaminación lumínica creciente": falta de ordenanzas municipales de protección del cielo nocturno e iluminación exterior eficiente en varias localidades intermedias del itinerario. • "Insuficiente capital humano especializado" oferta limitada de guías de astroturismo y de conocimiento en idiomas. • "Falta de trámites fronterizos dinámicos para salidas nocturnas": rigidez en los horarios operativos del Paso Internacional de Jama, que limita la programación fluida de cruces con actividades astronómicas en ruta. "Insuficiente equipamiento técnico en campo" escasez de instrumental óptico de calidad (telescopios portátiles de gran apertura, filtros, punteros láser astronómicos) en manos de prestadores locales de la Puna y los Valles.
Acciones prioritarias para su implementación	• Conformación, en el ámbito de la Mesa de Turismo del Foro de los Territorios Subnacionales, de un equipo técnico de la ruta, para unificar criterios de calidad, promoción conjunta y calendarización de la oferta según las fases lunares. • Programa de capacitación y certificación de guías, con formación binacional en astroturismo, astronomía cultural y primeros auxilios en zonas agrestes/de altura (WFR/WAFA), respaldada por instituciones académicas (UNSa, UNJu, UA, UCN). • Ordenanzas locales de protección del cielo (cielos oscuros), impulsando la aprobación de normativas municipales de regulación de alumbrado público y privado en Susques, Purmamarca, Cachi y Pica, para resguardar la certificación Starlight. • Desarrollo de manual de diseño de producto y señalética, con creación de marca unificada del corredor, cartelería de interpretación diurna/nocturna adaptada con luz roja, y manuales de venta para operadores receptivos internacionales. • Facilitación fronteriza para grupos turísticos, gestionando un protocolo especial de agilización y horario extendido en el Paso de Jama para vehículos turísticos acreditados dentro del circuito.
Proyectos complementarios requeridos	• Red de miradores astro turísticos e infraestructura de campo: construcción de plataformas de observación, cortavientos adaptados a la Puna/Valle y tótems de interpretación estelar en puntos estratégicos del recorrido (Susques, Lipán, Valle del Tonco, Parque Nacional Los Cardones y pueblo de Cachi). • Dotación de instrumental técnico a comunidades: fondo de equipamiento para la adquisición de telescopios computarizados, binoculares astronómicos y linternas rojas dirigidas a cooperativas locales de turismo y emprendedores. • Centro de Interpretación del Cielo Andino: sala de inmersión/planetario itinerante diurno en la Puna y los Valles Calchaquíes, para garantizar la experiencia turística ante eventuales inclemencias meteorológicas. • Red de estaciones meteorológicas y monitoreo del cielo: instalación de medidores de calidad de cielo (SQM, Sky Quality Meter) y estaciones climáticas automáticas a lo largo de las rutas del circuito, para proveer datos en tiempo real a guías y turistas. • Programa de sensibilización comunitaria: talleres de educación ambiental astronómica en escuelas y comunidades locales sobre el valor patrimonial, ambiental y económico de conservar el cielo nocturno.

Ficha B.2. Ruta Histórica: Por las Sendas del Oro Blanco: Arrieros, Salitre y Patrimonio Binacional

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	B.2. Por las Sendas del Oro Blanco. Arrieros, Salitre y Patrimonio Binacional
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Circuito turístico patrimonial binacional que recorre el antiguo corredor utilizado por los arrieros salteños para abastecer de ganado y productos derivados a los centros mineros y oficinas salitreras del norte de Chile durante el auge del salitre (1870-1930). El recorrido integra patrimonio indígena, cultura arriera, infraestructura ferroviaria, paisaje andino, patrimonio industrial y puertos históricos, poniendo en valor uno de los principales corredores históricos de integración entre Argentina y Chile.
Motivación principal de viaje	Turismo cultural, histórico y patrimonial profundo, orientado a conocer la historia compartida entre Argentina y Chile a través de las rutas de los arrieros, el intercambio de las comunidades andinas, el desarrollo ferroviario y la industria salitrera, complementado por la observación de algunos de los paisajes más extremos del continente.
Estado de desarrollo	Potencial: requiere articulación público-privada e involucramiento de instituciones educativas de ambos países, para la unificación de los antecedentes patrimoniales, la unificación del relato y la optimización de otros temas como los trámites fronterizos.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC mediante una conexión internacional circular (ingreso por Paso de Sico, retorno por Paso de Jama).
País	Argentina y Chile.
Provincia / Región	Argentina: Provincia de Salta (Valle de Lerma, Quebrada del Toro y Puna). Chile: Región de Antofagasta (Socaire, San Pedro de Atacama y Calama) y Región de Tarapacá (Provincia del Tamarugal, comuna de Pozo Almonte).

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	8 días / 7 noches.
Temporalidad recomendada	Media estación: primavera (septiembre a noviembre) y otoño (marzo a junio). Se evita el invierno cordillerano, por los temporales de nieve y el congelamiento de rutas, y el verano, por el fenómeno del "invierno altiplánico" (lluvias en la alta cordillera) y las temperaturas extremas del desierto.
Cobertura territorial	Argentina (Provincia de Salta: Valle de Lerma, Quebrada del Toro y Puna) Chile (Región de Antofagasta: Socaire, San Pedro de Atacama y Calama; Región de Tarapacá: Provincia del Tamarugal, comuna de Pozo Almonte). Conexión internacional vía Paso de Sico (RN 51 en Argentina – Ruta 23-CH y 5-CH en Chile).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Norte argentino: Salta capital, Campo Quijano, Santa Rosa de Tastil, San Antonio de los Cobres, Pocitos, Catua. Norte de Chile: Socaire, San Pedro de Atacama, Calama, Pozo Almonte (La Tirana, Pica, Matilla), ex oficinas Humberstone y Santa Laura, Iquique.
Atributos que incluye	Paisajes de alta montaña, salares altiplánicos, pueblos históricos de adobe, infraestructura ferroviaria monumental de montaña, pueblos fantasmas industriales y costa del Pacífico.
Atractivos ancla	En Salta: Ramal Ferroviario C-14 (Campo Quijano–Viaducto La Polvorilla) y el patrimonio de la arriería salteña. En Chile: ex oficinas salitreras Santiago Humberstone y Santa Laura (Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO).
Atractivos complementarios	Campo Quijano; Santa Rosa de Tastil; formaciones geológicas de la Quebrada del Toro; Salinas Grandes/Salar de Pocitos; San Pedro de Atacama; Chuquicamata; Parque Nacional Pampa del Tamarugal; oasis de Pica y Matilla (Ruta del Oasis); Geoglifos de Pintados (Salar de Pintados); Iglesia de La Tirana.
Experiencias clave del circuito	Vivenciar el cambio rotundo de paisaje al cruzar la Cordillera de los Andes, para comprender el aislamiento extremo de las salitreras, dimensionando el sacrificio de los arrieros salteños que abastecía de carne a las oficinas en medio del desierto más seco del mundo, y la transformación económica que produjo el ciclo del salitre.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — El camino de los arrieros. Salida desde Salta capital recorriendo el Valle de Lerma, identificando los antiguos campos de engorde de ganado; visita a la Agrupación Tradicionalista Don Antenor Sánchez (célebre arriero en tiempos del salitre), con actividad cultural; ascenso por la Quebrada del Toro. Actividades: reconocimiento geográfico del inicio de la ruta de arrieros; charla introductoria sobre la logística de las mulas y la vestimenta salteña, con el Fortín Gaucho; visita guiada al museo y las ruinas de Santa Rosa de Tastil (intercambios ancestrales Atacama–Pulares–Diaguitas Calchaquíes); visita a la estación ferroviaria de Campo Quijano y a la estación de trenes de San Antonio de los Cobres; ascenso al Tren a las Nubes. Noche en San Antonio de los Cobres.

Campo	Contenido
	Día 2 — Las punas sin frontera. Traslado por la Ruta 51, observando el Salar del Rincón, el Salar de Pocitos y el contexto montañoso de la Cordillera de los Andes; cruce fronterizo temprano por el Paso de Sico (4.080 msnm); descenso por el altiplano chileno, bordeando lagunas y vegas donde los arrieros daban el último descanso al ganado, con paradas en Socaire y Toconao. Actividades: recorrido de la Ruta de los Salares Salteños (Pastos Grandes, Pocitos, Catua); observación de flora y fauna de altura (vicuñas, flamencos); trámites migratorios; visita a la iglesia y el pueblo de Socaire y Toconao, parada tradicional de los arrieros. Pernocte en San Pedro de Atacama. Día 3 — Cruce de la cordillera al Pacífico. Salida desde San Pedro de Atacama hacia el oeste, cruzando la Depresión Intermedia; desvío para visitar la histórica Estación Ferroviaria de Baquedano (antiguo nodo estratégico del sistema ferroviario salitrero que conectaba las oficinas de la pampa con los puertos del Pacífico); descenso hacia la costa del Pacífico y arribo a Antofagasta. Actividades: visita a la sala de exhibición arqueológica (UCN-IIAM), reconociendo las vinculaciones ancestrales; reconocimiento de la infraestructura del Ferrocarril de Antofagasta a Bolivia (FCAB); observación de la transición geomorfológica desde la cordillera al litoral marítimo. Pernocte en Antofagasta. Día 4 — Huellas del salitre y el litoral costero. Salida de Antofagasta, con visita al barrio histórico y al Museo del Desierto de Atacama; visita al Parque Cultural Huanchaca, con las ruinas de la antigua fundición de plata; almuerzo en el borde costero; continuación por la Ruta Costera 1-CH, con parada en La Portada, y cierre de jornada en Tocopilla. Actividades: observación del paisaje costero; parada fotográfica en La Portada; observación de flora y fauna marina; contemplación del atardecer marino. Pernocte en Tocopilla. Día 5 — La ruta de los puertos salitreros y el ascenso a Pozo Almonte. Salida matutina recorriendo el frente marítimo de Tocopilla y su muelle histórico; ingreso a Mejillones, con recorrido de su patrimonio ferroviario y portuario; tras el almuerzo en Mejillones, ascenso definitivo hacia la Pampa del Tamarugal por la Ruta 24, conectando con la Ruta 5 Norte para arribar al nodo de Tarapacá. Actividades: interpretación del patrimonio marítimo e industrial del nitrato; excursión opcional de avistaje de cetáceos y aves; observación del ascenso vial desde el nivel del mar hasta los 1.000 metros de la pampa en pocos kilómetros. Llegada y pernocte en Pozo Almonte. Día 6 — La Pampa del Tamarugal: patrimonio vivo (oficinas salitreras de Humberstone y Santa Laura, Patrimonio Mundial de la UNESCO). Salida desde Pozo Almonte hacia las oficinas salitreras de Humberstone y Santa Laura, donde se interpreta el legado de la industria del salitre y el destino final de las rutas ganaderas provenientes del noroeste argentino; continuación hacia los Geoglifos de Pintados y el oasis de Pica, con recorrido del poblado, almuerzo y baño en la Cocha Resbaladero; cierre de la jornada con visita a La Tirana y traslado a Iquique para el pernocte. Actividades: visita a las ex oficinas salitreras de Humberstone (calles, viviendas, pulpería, teatro, escuela, plaza, hotel e instalaciones industriales, para comprender la vida cotidiana de los trabajadores y sus familias durante el auge del salitre) y Santa Laura (estructuras industriales conservadas: planta elaboradora, chimeneas, tolvas, maquinarias y otros elementos del proceso productivo del salitre, mostrando su dimensión tecnológica e industrial). Pernocte en Iquique. Día 7 — El puerto del oro blanco e integración regional. Mañana dedicada al borde costero e histórico de Iquique, para interpretar el hito final de la ruta del salitre: los muelles de embarque hacia el mercado internacional; tras el almuerzo de cierre frente al océano Pacífico, inicio formal del retorno terrestre hacia el interior del continente, ascendiendo desde el litoral marítimo y cruzando la Depresión Intermedia por la Ruta 5 Norte y la Ruta 24, para arribar al nodo logístico de Calama. Actividades: city tour por el

Campo	Contenido
	barrio cívico e histórico de Iquique; visita al Museo Corbeta Esmeralda y a la Zofri; almuerzo de cierre, con evaluación del circuito binacional y debate final sobre el impacto socioeconómico del corredor. Traslado vespertino a Calama. Pernocte en Calama. Día 8 — Regreso al destino de origen. Salida matutina desde Calama, iniciando el ascenso cordillerano por la Ruta 23; tránsito por el altiplano chileno, bordeando la cuenca de San Pedro de Atacama, y ascenso definitivo hacia el paso internacional; realización de trámites migratorios y aduaneros integrados; ingreso a la República Argentina. Actividades: tránsito cordillerano Calama–Paso de Jama, con observación de la transición geomorfológica inversa (de la Depresión Intermedia al altiplano andino, a más de 4.000 msnm); trámites aduaneros y fronterizos integrados, con procesamiento migratorio binacional en el Paso de Jama, contemplando los márgenes de espera habituales del control internacional; ingreso a territorio argentino y fin del circuito. El circuito propone un ingreso por el antiguo corredor histórico de Sico y un retorno por Jama, generando una experiencia circular binacional.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: San Antonio de los Cobres (día 1), San Pedro de Atacama (día 2), Antofagasta (día 3), Tocopilla (día 4), Pozo Almonte (día 5), Iquique (día 6), Calama (día 7). Paradas: Campo Quijano, Santa Rosa de Tastil, Salar del Rincón, Salar de Pocitos, Paso de Sico, Socaire, Toconao, Estación Ferroviaria de Baquedano, Parque Cultural Huanchaca, La Portada, Mejillones, Humberstone, Santa Laura, Geoglifos de Pintados, Pica, La Tirana, Paso de Jama.
Actividades principales	Recorrido del patrimonio de la arriería salteña y del Ramal Ferroviario C-14; cruce fronterizo binacional por Paso de Sico; observación de flora y fauna altoandina; interpretación del patrimonio ferroviario e industrial del salitre (FCAB, Baquedano, Humberstone, Santa Laura); recorrido del litoral costero del norte de Chile (La Portada, Mejillones, Iquique); cierre del circuito con retorno binacional por el Paso de Jama.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Transporte privado de turismo apto para caminos de montaña; guías bilingües especializados en historia regional y geografía; servicios médicos de asistencia en viaje con cobertura binacional; alojamientos con calefacción e infraestructura adaptada al clima puneño/desértico.

Campo	Contenido
Conectividad y accesos	1. Salta–San Antonio de los Cobres (RN 51): asfalto consolidado con sectores de ripio en obra; extremar precaución en las curvas de la Quebrada del Toro por pendientes pronunciadas y tránsito de vehículos pesados; cobertura 4G en Campo Quijano, con sectores sin señal en la Quebrada del Toro. 2. San Antonio de los Cobres–Paso de Sico (RN 51): ripio y calamina, camino de montaña transitable, que requiere mantenimiento permanente y puede presentar cortes temporales por nevadas o lluvias estivales; cobertura inexistente. 3. Paso de Sico–San Pedro de Atacama (Ruta 23-CH): asfalto en excelente estado, con buena señalización y tránsito internacional de carga y turismo; cobertura intermitente. 4. San Pedro de Atacama–Calama–Antofagasta–Pozo Almonte (Ruta 23-CH y Ruta 5 Norte): pavimento de excelente calidad, con vías de alta velocidad y estándares de corredor nacional, y tramos de autopista y doble calzada en sectores industriales próximos a Calama y Antofagasta; cobertura 4G/5G, intermitente entre Tocopilla y Pozo Almonte. 5. Antofagasta–Mejillones–Tocopilla (Ruta 1-CH): carretera asfaltada en buen estado, de carácter costero, con señalización adecuada y condiciones favorables para tránsito pesado y liviano; cobertura intermitente. 6. Tocopilla–Pozo Almonte (Ruta 1-CH, con conexión a Ruta 5 Norte): pavimento en buen estado, con tránsito asociado a la actividad minera; cobertura intermitente. 7. Pozo Almonte–Pica–La Tirana (Rutas A-665 y A-685): rutas provinciales pavimentadas, en buen estado, con adecuada conectividad hacia los centros poblados de Pica y La Tirana; buena cobertura en los pueblos, con interrupciones de señal en el camino. 8. Iquique–litoral costero (Ruta 1-CH): carretera completamente asfaltada, en muy buen estado de conservación, con buenas condiciones de transitabilidad durante todo el año; corredor estratégico entre el puerto de Iquique, las localidades costeras y los complejos industriales y logísticos de la región.
Condiciones de operación	El circuito puede realizarse de forma independiente en vehículo particular, (conveniente alto) Equipo de Oxígeno: Indispensable debido a que la ruta transita. Botiquín de primeros auxilios. Si se opera con tour operador es conveniente - Grupos reducidos de nicho (mínimo 6, máximo 15 pasajeros), para facilitar la logística en zonas remotas y el manejo de la altura. Abastecimiento crítico: carga obligatoria de combustible en San Antonio de los Cobres antes de encarar la Puna, consiguiente carga en San Pedro de Atacama y Calama, y disponibilidad adicional en Tocopilla, Pozo Almonte, Iquique y Pica; se recomienda una autonomía mínima de 500 km. Guías especializados en alta montaña Agua y alimentos: suministro de contingencia de agua mineral de alta hidratación (mínimo 3 litros por persona por día en los tramos de altura) y raciones de marcha calóricas para los tramos internodales; servicio de gastronomía disponible en San Antonio de los Cobres, San Pedro de Atacama, Calama, Antofagasta, Mejillones, Pozo Almonte, Pica e Iquique. Ficha Médica y Consentimiento informado: Dado que el recorrido exige resistencia física a la altura extrema, los operadores requieren una declaración de salud previa donde los viajeros certifiquen no padecer problemas cardíacos, pulmonares crónicos o afecciones graves compatibles con la altura.

Campo	Contenido
Equipamiento obligatorio	Vehículos 4x4 o minibuses adaptados con doble rueda de auxilio; mantas térmicas de emergencia; tubo de oxígeno medicinal a bordo (con oximetría de pulso diaria para los pasajeros); handies de radio VHF/UHF; teléfono satelital o dispositivo de comunicación SOS tipo Garmin InReach (cobertura nula en tramos de la Puna profunda y en sectores del desierto de Atacama). Vestimenta técnica en capas (muda para temperaturas bajo cero en la Puna; ropa ligera y protección UV extrema para el desierto).

6. Mercado Objetivo

Campo	Contenido
Perfiles de mercado	Turistas culturales de nivel educativo alto (historiadores, geógrafos, fotógrafos, profesionales del patrimonio); viajeros activos de "soft adventure" interesados en rutas no convencionales e integración latinoamericana; segmento técnico-académico (viajes de estudio universitarios o de centros de investigación); segmento de turismo ferroviario internacional (Europa y Norteamérica); segmento de turismo de patrimonio industrial y arqueología industrial. Turismo limítrofe: El segmento educativo, es de gran importancia
Mercado geográfico prioritario	Regional (Argentina y Chile, con foco en el intercambio cultural); internacional de larga distancia (Europa Central: Francia, Alemania, Reino Unido, atraídos por la historia industrial de capitales europeos en el salitre; y Norteamérica).
Nivel de gasto esperado	Medio-alto, debido a los requerimientos de logística especializada, transportación privada de alta gama, pernoctes específicos y guías expertos.
Modalidades de comercialización	Venta directa a través de agencias especializadas en turismo de expedición y cultural. Operación conjunta (joint venture) entre un tour operador receptivo de Salta y un tour operador de Tarapacá y Antofagasta, permitiendo la venta de la ruta como "paquete cerrado binacional" en ferias internacionales de turismo (por ejemplo, FIT América Latina o ITB Berlín).

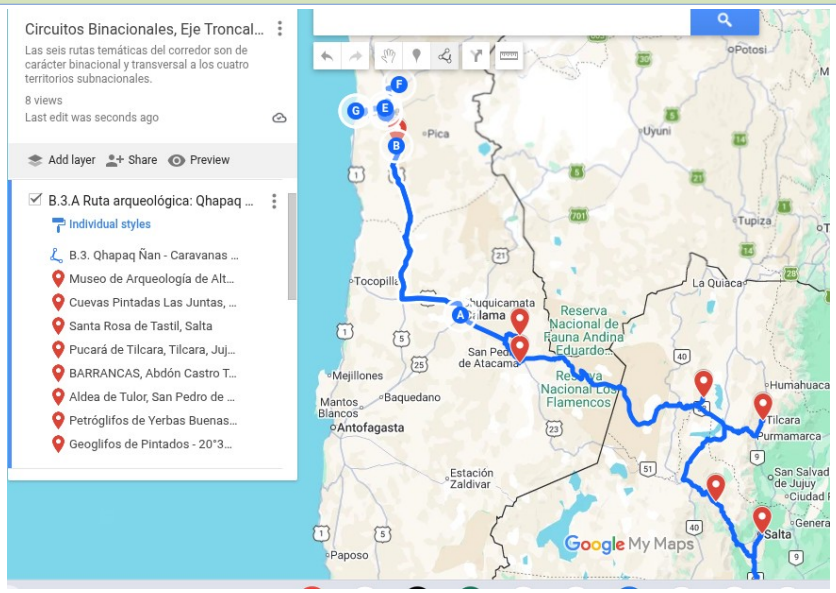
7. Oportunidades y Acciones Prioritarias

Campo	Contenido
Principales oportunidades de desarrollo	● Consolidación del Corredor Bioceánico vial como ruta turística; aprovechamiento del creciente flujo de turistas regionales transfronterizos que frecuentan la ruta, en particular brasileños que ingresan por tierra; ● aprovechamiento del Corredor Bioceánico de Capricornio como eje de integración turística; aprovechamiento de instancias de integración como ZICOSUR y los comités de frontera; ● integración del patrimonio de los arrieros salteños y jujeño, las culturas andinas y la historia del salitre chileno; diversificación de la oferta turística de Salta, Jujuy Antofagasta y Tarapacá; ● desarrollo del turismo de intereses especiales (patrimonial, ferroviario, arqueológico, geológico y de naturaleza); generación de nuevas oportunidades económicas para comunidades rurales e indígenas.

Campo	Contenido
Brechas identificadas	● Escasa articulación entre operadores de turismo de ambos países, que genera una limitada comercialización conjunta de productos turísticos integrados; ● falta de reconocimiento del patrimonio histórico-cultural que integra ambos países; baja señalización e interpretación del patrimonio histórico; infraestructura turística y vial insuficiente en algunos sectores del corredor; ● cobertura limitada de telecomunicaciones en zonas cordilleranas; necesidad de fortalecer los procesos de conservación de sitios históricos, ferroviarios y salitreros.
Acciones prioritarias para su implementación	Gestionar con la Dirección Nacional de Migraciones, Gendarmería Nacional (ARG), el Servicio Nacional de Aduanas y la PDI (CHI) un sistema de pre-despacho digital de listas de pasajeros para agencias habilitadas en los pasos de Sico y Jama. Gestionar las mejoras de atención y equipamiento de los servicios médicos y de equipos de emergencia en la zona de frontera. Convocar a las universidades e institutos de investigación (UNSa, UCASAL, UCN, UNAP y CONICET) para redactar el Manual del Guía Binacional: *Arriería, Trenes y Salitre*. Dictar la capacitación cruzada "Guías del Oro Blanco" para profesionales de Salta, Jujuy, Antofagasta y Tarapacá en geología andina, conservación de arqueología industrial y primeros auxilios en áreas remotas (WFR/WFA)
Proyectos complementarios requeridos	● Recuperación y puesta en valor de antiguas estaciones del Ramal C-14 y sitios ferroviarios históricos; ● programa de conservación y valorización del patrimonio salitrero, incluyendo oficinas salitreras y campamentos históricos; ● desarrollo de una plataforma digital del circuito con información turística, reservas y contenidos históricos; ● Organización de un Festival Binacional de la Arriería y el Salitre, que promueva el patrimonio cultural compartido mediante recreaciones históricas, gastronomía, música tradicional y encuentros académicos.

Ficha B.3. Ruta arqueológica: Qhapaq Ñan - Caravanas de Llamas - Gigante de Tarapacá

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	B.3. Qhapaq Ñan - Caravanas de Llamas - Gigante de Tarapacá
Mapa de referencia **Nota: el circuito se diagrama en 2 mapas: B.3.A y B.3.B a fines de poder trazar la ruta completa subsanando las limitaciones de la herramienta Google My Maps.**	
Concepto del circuito	Travesía arqueológica, histórica y antropológica que reconstruye las antiguas rutas del intercambio caravanero prehispánico, desde el océano hasta los valles argentinos, destacando el arte rupestre (geoglifos, petroglifos), las ruinas, los caminos, la presencia incaica de alta montaña y el desarrollo de las culturas agroalfareras tardías.
Motivación principal de viaje	Interés por la historia y el patrimonio arqueológico prehispánico: arte rupestre, ruinas y construcciones en piedra o adobe, museos de sitio, y el pasado de los pueblos originarios atacameño, diaguita e inca.
Estado de desarrollo	En desarrollo: existen atractivos consolidados en ambos lados de la cordillera, pero la integración como producto turístico trasandino requiere articulación interinstitucional, comercial, promocional y de fronteras.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC mediante cruce internacional por el Paso de Jama.
País	Chile y Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Tarapacá (provincias de Iquique y del Tamarugal) y Región de Antofagasta (Calama, Ollagüe y San Pedro de Atacama). Argentina: Provincia de Salta (departamentos Capital, Chicoana, Guachipas, Rosario de Lerma, La Poma) y Provincia de Jujuy (departamentos Tumbaya, Tilcara, Humahuaca y Cochinoca).

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	9 días / 8 noches.
Temporalidad recomendada	De abril a noviembre, para evitar las lluvias del verano y asegurar la apertura de los pasos fronterizos.
Cobertura territorial	Norte de Chile: Región de Tarapacá (provincias de Iquique y del Tamarugal) y Región de Antofagasta (Calama, Ollagüe y San Pedro de Atacama). Norte argentino: Provincia de Salta (departamentos Capital, Chicoana, Guachipas, Rosario de Lerma y La Poma) y Provincia de Jujuy (departamentos Tumbaya, Tilcara, Humahuaca y Cochinoca).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Chile: Iquique, Pozo Almonte (Pampa del Tamarugal y Pintados), San Pedro de Atacama (Quitor, Tulor, Peine, Socaire, Yerbas Buenas). Argentina: Salta capital, Guachipas, Santa Rosa de Tastil, Salinas Grandes, Barrancas, Tilcara, Humahuaca.
Atributos que incluye	Sitios declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO (Qhapaq Ñan, Quebrada de Humahuaca); arte rupestre a escala monumental (geoglifos); museología científica de nivel internacional: MAAM (centro de referencia global en tecnología de criopreservación, bioarqueología de alta montaña y preservación de ajuares incaicos), Museo Arqueológico Gustavo Le Paige/UCN en San Pedro de Atacama (centro de investigación universitaria especializada en el desierto de Atacama).
Atractivos ancla	En Chile: sitio arqueológico Geoglifos de Pintados (Reserva Nacional Pampa del Tamarugal, Iquique); Aldea de Tulor; Pukará de Quitor; petroglifos de Yerbas Buenas (San Pedro de Atacama). En Argentina: MAAM (Museo de Arqueología de Alta Montaña) en Salta; pinturas rupestres de Las Cuevas en Guachipas; ruinas arqueológicas de Santa Rosa de Tastil; en Jujuy, Las Barrancas (Abdón Castro Tolay) y el Pucará de Tilcara.
Atractivos complementarios	Ciudad de Salta; Museo de Antropología de Salta "Dr. Juan Martín Leguizamón"; Quebrada del Toro; Tren Solar en la Quebrada de Humahuaca; pueblos de la Quebrada de Humahuaca; San Salvador de Jujuy; Museo Arqueológico y Antropológico "Dr. Eduardo Casanova" (Tilcara); Museo Arqueológico Municipal de Humahuaca; Museo Histórico de Huacalera; museo de sitio y centro de interpretación gestionado por la comunidad de Barrancas (Abdón Castro Tolay). Santuario del Agua en Salinas Grandes
Experiencias clave del circuito	Interpretación de arte rupestre monumental, observando los más de 400 geoglifos de Pintados; visita a las ruinas arqueológicas y museo de sitio de Santa Rosa de Tastil, con ascenso opcional a las capillas para reconocer la traza del camino Qhapaq Ñan; visita guiada a las Cuevas Pintadas de Guachipas, identificando la influencia incaica en más de 40 aleros y más de 1.000 motivos pintados; visita al MAAM para comprender la ritualidad de la Capacocha y el sacrificio de niños incas en el volcán Llullaillaco, a 6.759 msnm; visita guiada a los pucarás de Quitor y Tilcara; reconocimiento de la cosmovisión andina en la construcción de casas de barro y el manejo del espacio (construcción circular). Interpretación del Santuario del Agua en Salinas Grandes en la supervivencia de saberes ancestrales y cosmogonía andina

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 Salta- Cuevas Pintadas de Guachipas Por la mañana: Arribo a Salta Capital. Visita técnica al MAAM (Museo de Arqueología de Alta Montaña) para comprender la historia de niños del Llullaillaco, el fenómeno de la Capacocha y los rituales celebrados en el Volcán (6.759 msnm). Por la Tarde: Traslado hacia el sur del Valle de Lerma para recorrer el sitio de Cuevas Pintadas de Guachipas (aleros con pictografías de la cultura Santamariana e influencia incaica). Pernocte: Salta Capital o Coronel Moldes. Día 2 — Pucará de Tilcara — Barrancas/Abdón Castro Tolay — Santuario del Agua Por la mañana: Salida desde Salta hacia la Quebrada de Humahuaca. Visita guiada al Pucará de Tilcara y al Museo Arqueológico "Dr. Eduardo Casanova", con interpretación de la organización territorial, arquitectura y dinámicas culturales de las sociedades prehispánicas de la Quebrada. Al medio día: Continuamos hacia Barrancas (Abdón Castro Tolay) para conocer sus conjuntos de arte rupestre y petroglifos, incluyendo representaciones vinculadas a las antiguas rutas caravaneras y a la ocupación prehispánica de la Puna. Por la tarde: Traslado hacia Salinas Grandes para realizar la experiencia en el Santuario del Agua, espacio de interpretación de la relación entre las comunidades originarias, el agua, la sal y la cosmovisión andina. La experiencia contempla la interpretación del ciclo hídrico, los conocimientos ancestrales asociados al territorio y la observación de las estructuras ceremoniales construidas con bloques de sal. Noche: Experiencia de turismo rural comunitario, con interpretación de la cosmovisión andina y, si las condiciones meteorológicas lo permiten, observación astronómica del cielo puneño desde los domos del Santuario Pernocte: Alojamiento comunitario en la zona de Salinas Grandes entre las 11 comunidades de la Red Atacama Día 3 — Salinas Grandes — Travesía de Jama — San Pedro de Atacama Por la mañana: Desayuno y cierre de la experiencia comunitaria. Salida desde el área de Salinas Grandes hacia la Puna jujeña, atravesando el corredor de la RN 52. Mediodía / tarde: Travesía transandina hacia el Paso Internacional de Jama, a aproximadamente 4.200 msnm. Cruce fronterizo Argentina–Chile y descenso hacia la cuenca del Salar de Atacama. Por la tarde: Llegada a San Pedro de Atacama, principal centro turístico de la cuenca de Atacama y base para las siguientes jornadas de interpretación arqueológica y cultural. Pernocte: San Pedro de Atacama. Día 4 — Arqueología de la Cuenca de Atacama Por la mañana: Visita guiada a la Aldea de Tulor, asentamiento arqueológico del período Formativo, caracterizado por sus estructuras circulares construidas en tierra, y continuación hacia el Pukará de Quitor, fortificación prehispánica vinculada a la ocupación atacameña del oasis de San Pedro. Por la tarde: Excursión al Valle del Arcoíris y visita al sector de Yerbas Buenas, con interpretación de sus petroglifos y del paisaje cultural de la cuenca. Visita al Museo Arqueológico Gustavo Le Paige. Pernocte: San Pedro de Atacama.

Campo	Contenido
	Día 5 — Arte Rupestre del Río Loa: Taira — Lasana — Chiu Chiu Jornada: Traslado hacia la cuenca del Río Loa para interpretar el patrimonio arqueológico y rupestre del área. Visita a los Aleros de Taira, reconocidos por sus representaciones de camélidos y escenas vinculadas a la ritualidad pastoril; continuación hacia el Pukará de Lasana y la localidad de Chiu Chiu, incluyendo la Iglesia de San Francisco, uno de los principales testimonios de arquitectura religiosa colonial del área. Pernocte: Calama. Día 6 — Travesía hacia la Pampa del Tamarugal: Geoglifos de Pintados Por la mañana: Traslado desde Calama hacia la Región de Tarapacá por el desierto de Atacama. Por la tarde: Visita a los Geóglifos de Pintados, dentro de la Reserva Nacional Pampa del Tamarugal. Recorrido por los senderos de interpretación y observación de los conjuntos de figuras realizadas sobre las laderas de los cerros, vinculadas a las antiguas rutas de movilidad y caravanas del desierto. Pernocte: Pozo Almonte / Iquique. Día 7 — Gigante de Tarapacá y patrimonio histórico de Iquique Por la mañana: Excursión hacia la comuna de Huara para la observación e interpretación del Gigante de Tarapacá, en el Cerro Unita, uno de los principales geoglifos antropomorfos monumentales del desierto. Por la tarde: Regreso hacia la costa y recorrido patrimonial por Iquique, incluyendo el sector histórico de calle Baquedano, Palacio Astoreca y el entorno del puerto histórico. Pernocte: Iquique. Día 8 — Patrimonio salitrero y síntesis cultural Jornada: Visita a las Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura, Patrimonio Mundial de la UNESCO, como complemento histórico al recorrido arqueológico y cultural realizado durante el circuito. La jornada permite establecer un contrapunto entre las antiguas rutas caravaneras y los paisajes culturales prehispánicos del desierto, y la posterior transformación industrial de la Pampa del Tamarugal durante el ciclo salitrero. Pernocte: Iquique. Día 9 — Salida y Transfer Out En la Mañana: Check-out y traslado al Aeropuerto Internacional Diego Aracena de Iquique (IQQ) para conexión de regreso y/o traslado terrestre a punto de inicio
Potenciales puntos de parada y pernocte	Iquique, Calama, San Pedro de Atacama, Tilcara, Salinas Grandes, San Salvador de Jujuy, Salta.
Actividades principales	Caminatas guiadas e interpretativas por sitios arqueológicos y geoglifos gigantes; visitas a museos científicos y museos de sitio; fotografía especializada de pintura rupestre; encuentros con comunidades locales descendientes de culturas originarias. Turismo rural comunitario. Reconocimiento de cosmovisión andina e interpretación ambiental

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Guías especializados en arqueología, arte rupestre y antropología andina, con certificación WFR; manejo de vehículo todo terreno; servicio de alojamiento de calidad (mínimo 3 estrellas) con calefacción; transporte terrestre en vehículos aptos para trayectos largos en el desierto y la Puna.
Conectividad y accesos	Norte argentino: Ruta Nacional 52, Ruta Nacional 9 y Ruta N. 68 Norte chileno: Ruta 5 Norte, Ruta 15 (Gigante de Tarapacá), A-100 (Pintados) Ruta 24, Ruta 21 (Alero de Taira), Ruta 23-CH y Ruta 27-CH. Paso fronterizo: Paso de Jama.
Condiciones de operación	Operación recomendada de abril a noviembre, para evitar las lluvias del verano y asegurar la apertura constante de los pasos fronterizos; en invierno, sujeto a condiciones climáticas.
Equipamiento obligatorio	Transporte adaptado para trayectos largos, equipado con tubos de oxígeno, kit de auxilio mecánico y servicio de comunicación (radio VHF móvil de 25-50 W, radio portátil VHF/handy, antena Starlink, botiquín de primeros auxilios); binoculares y telescopio terrestre para el avistamiento a distancia de geoglifos. Para los clientes: ficha médica con aptitud para viajar en altura, ficha firmada de consentimiento informado, vestimenta adecuada (térmica/cortaviento) y protección solar de alto factor.

6. Mercado Objetivo

Campo	Contenido
Perfiles de mercado	Turismo internacional: viajeros internacionales de larga distancia. Turismo de interés especial: grupos reducidos con marcado interés académico, arqueológico, histórico o fotográfico, orientados al aprendizaje. Mercado educativo: muy conveniente, siempre y cuando se diseñe con un enfoque pedagógico, adaptado a la altitud y estructurado por niveles o segmentos educativos. Educación Primaria y Secundaria (Colegios Públicos y Privados) Público: Estudiantes de entre 10 y 17 años Norte Argentino (Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán): Gran interés de instituciones privadas y técnicas en salidas de campo y "viajes de estudio" o de integración Norte Grande Chileno (Regiones de Tarapacá y Antofagasta - Iquique, Alto Hospicio, Calama, Antofagasta): Demanda creciente por viajes de estudio dentro del territorio nacional o fronterizo cercano que rescaten la identidad aymara y atacameña. *Enfoque educativo:* Geoglifos (Gigante de Tarapacá), adaptación al desierto, vialidad prehispánica (*Qhapaq Ñan*).
Mercado geográfico prioritario	Europa (Francia, Alemania, España, Italia, Reino Unido); mercado americano y mercado regional receptivo.
Nivel de gasto esperado	Medio-alto, dado que el circuito requiere facilitación transfronteriza, permisos de ingreso a reservas y museos de sitio, y guías altamente especializados.
Modalidades de comercialización	Venta mediante operadores receptivos (DMC) especializados en turismo cultural.

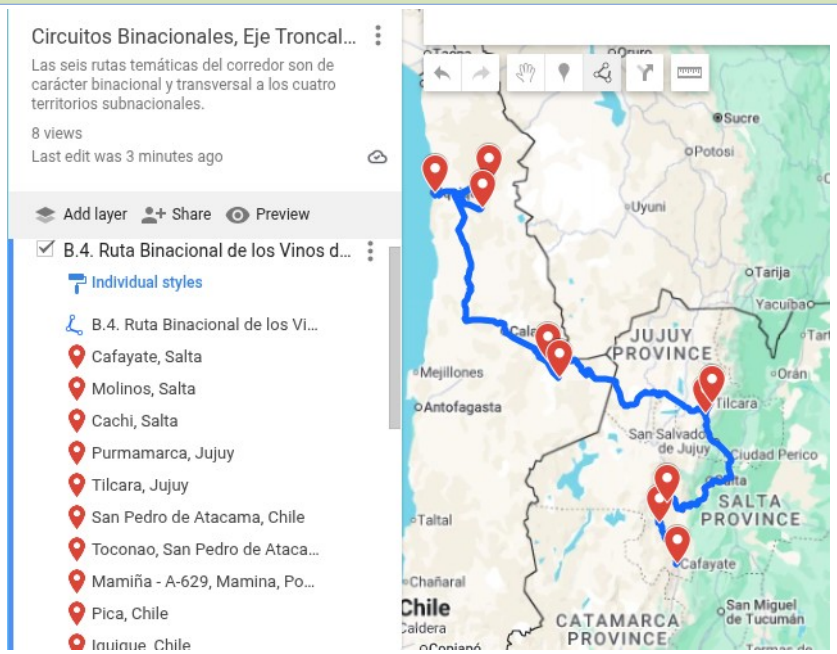
7. Oportunidades y Acciones Prioritarias

Campo	Contenido
Principales oportunidades de desarrollo	● Fortalecimiento y apalancamiento en el desarrollo del Qhapaq Ñan; integración de la franja costera-desértica (Iquique/Pintados) con la alta cordillera y la Puna argentina, completando la narrativa real del comercio precolombino; ● aprovechamiento del Corredor Bioceánico de Capricornio como eje de integración turística; aprovechamiento de instancias de integración como ZICOSUR y los comités de frontera; ● diversificación de la oferta turística de Salta, Antofagasta y Tarapacá; ● desarrollo del turismo de intereses especiales (patrimonial, arqueológico, geológico y de naturaleza); generación de nuevas oportunidades económicas para comunidades rurales e indígenas.
Brechas identificadas	● Asimetría en la facilitación turística fronteriza; ● Escasa articulación entre instituciones de ambos países; ● Infraestructura de comunicación vial desigual (camino de tierra y otros empedrados) ● Escasa oferta de productos turísticos integrados que conectan sitios arqueológicos y culturales de ambos lados de la cordillera; ● Débil vinculación entre operadores turísticos para comercializar paquetes binacionales; ● Baja visibilidad internacional del territorio como destino cultural transfronterizo; ● Falta de personal humano capacitado en esta especialidad.
Acciones prioritarias para su implementación	Gestionar con la Dirección Nacional de Migraciones, Gendarmería Nacional (ARG), el Servicio Nacional de Aduanas y la PDI (CHI) un sistema de pre-despacho digital de listas de pasajeros para agencias habilitadas en los pasos de Sico y Jama. Gestionar entre los Ministerios de Educación de Argentina (Salta/Jujuy) y Chile (Secretarías Regionales de Tarapacá/Antofagasta) la aprobación previa de las salidas de campo para este circuito educativo, simplificando las autorizaciones que piden las escuelas. Gestionar las mejoras de atención y equipamiento de los servicios médicos y de equipos de emergencia en la zona de frontera. En particular para el mercado educativo. Convocar a las instituciones educativa para armar los modelos de guia pedagógica, para ser usados en las salidas de campo

Campo	Contenido
Proyectos complementarios requeridos	● Proyecto de movilidad y conectividad turística, orientado a mejorar la señalización vial e interpretativa del patrimonio arqueológico y los servicios en pasos fronterizos, ● Proyectos que definan Areas de descanso y conectividad digital en zonas rurales. ● Proyecto de investigación desarrollado por universidades, museos y centros de investigación de Chile y Argentina, para estudiar rutas caravaneras, arte rupestre y paisajes culturales, ruinas arqueológicas, santurario de montaña ● Observatorio Binacional de Turismo y Patrimonio, para generar indicadores sobre demanda turística, conservación del patrimonio, impacto económico y participación comunitaria.

Ficha B.4. Ruta Binacional de los Vinos de Altura, Sabores Andinos y Costeros

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	B.4. Ruta Binacional de los Vinos de Altura, Sabores Andinos y Costeros
Mapa de referencia **Nota: el mapa refleja la ruta Salta a Iquique. El tramo final del circuito Iquique a Antofagasta por ruta costera N1 no se refleja en el presente mapa.**	
Concepto del circuito	Recorrido transfronterizo que conecta los viñedos y bodegas de extrema altura de los Valles Calchaquíes y la Puna con la viticultura heroica del desierto de Atacama, y la gastronomía marina del océano Pacífico con la cocina de origen de productos locales.
Motivación principal de viaje	Turismo enogastronómico de nicho, enfocado en el vino de terroir extremo de altura y de desierto, junto con una propuesta culinaria que fusiona ingredientes andinos con pescados y mariscos del Pacífico.
Estado de desarrollo	Potencial: existe el Corredor Bioceánico como eje de articulación y cuenta con pasos fronterizos operativos, pero requiere articulación de la oferta binacional integrada.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC mediante cruce internacional por el Paso de Jama.
País	Argentina y Chile.
Provincia / Región	Argentina: Provincia de Salta y Provincia de Jujuy. Chile: Región de Tarapacá (Mamiña, Pica, Iquique) y Región de Antofagasta (San Pedro de Atacama, Toconao).

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	9 días / 8 noches.
Temporalidad recomendada	De marzo a noviembre, evitando el verano lluvioso.
Cobertura territorial	Norte argentino: provincias de Salta y Jujuy. Chile: Región de Tarapacá (Mamiña, Pica, Iquique) y Región de Antofagasta (San Pedro de Atacama, Toconao).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Norte argentino: Salta capital, Cafayate, Molinos, Cachi, Quebrada de Humahuaca (Purmamarca, Tilcara, Huacalera, Maimará). Norte chileno: San Pedro de Atacama, Toconao, oasis de Mamiña, Pica , Iquique, Antofagasta
Atributos que incluye	Paisajes de montaña y desierto; patrimonio cultural andino; vitivinicultura de altura y costera; gastronomía marina e ingredientes de origen.
Atractivos ancla	Bodegas y viñedos de la Ruta de los Vinos de Altura de los Valles Calchaquíes (Torrontés de altura, Malbec, Cabernet Sauvignon de altura, Tannat, Syrah, Merlot, Bonarda, Chardonnay); Bodegas y viñedos de altura de la Quebrada de Humahuaca (Syrah, Pinot Noir y Malbec); viñedos de Toconao (Chardonnay, Petit Verdot, Pinot Noir, Syrah y Malbec) y la cepa de abundancia el Tamarugal (cepa vinífera registrada 100% chilena) con la que se produce "Vino del Desierto" (Mamiña, Matilla, Macaya); gastronomía marina de la costa (pescados de roca, mariscos locales).
Atractivos complementarios	Pueblos históricos de la Quebrada de Humahuaca; San Salvador de Jujuy; Salar de Atacama; Pukará de Tilcara; arquitectura salitrera.
Experiencias clave del circuito	Maridajes temáticos (carne de llama con tintos de altura; ceviche, lenguados y locos del Pacífico con Torrontés o vinos tintos ligeros del desierto); catas comparativas entre los vinos de altura y los vinos del desierto; talleres de cocina regional con chefs locales, integrando papas andinas, quinua, ajíes, pescado de roca y frutos de los oasis (limón de Pica); baños termales de relajación en Mamiña, combinados con maridajes de productos regionales. Degustaciones comparativas de Vino de Altura, Pisco, Vinos del Desierto.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	*El circuito está pensado idealmente para operar con conexiones aéreas y su punto de origen puede ser en Antofagasta, Iquique en Chile y en Salta o Jujuy en Argentina* Día 1 — Salta – Valles Calchaquíes (Cafayate). Salida desde Salta por la Quebrada de las Conchas hacia Cafayate, corazón del vino Torrontés de altura; visita a bodegas emblemáticas de Torrontés; cena con maridaje de carnes regionales y empanadas salteñas. Noche en Cafayate. Día 2 — Cafayate – Molinos – Cachi. Tránsito por la Ruta 40 y la Quebrada de las Flechas; visita a bodegas de extrema altura (Colomé/Tacuil, en Molinos); degustación de quesos artesanales y cocina de pimiento y comino. Noche en Cachi. Día 3 — Cachi – Salinas Grandes – Quebrada de Humahuaca. De Cachi hacia la Quebrada de Humahuaca, pasando por Salinas Grandes; visita a viñedos de altura en Huacalera y Maimará; cena gourmet andina (llama a las brasas, papas andinas y quinua). Noche en Tilcara o Purmamarca. Día 4 — Purmamarca – Paso de Jama – San Pedro de Atacama. Cruce fronterizo por el Paso de Jama; tránsito andino; arribo a San Pedro de Atacama; tarde de aclimatación y degustación de vinos de la cooperativa Lickanantay en Toconao (Pinot Noir de altura chilena). Noche en San Pedro de Atacama. Día 5 — San Pedro de Atacama – Oasis de Mamiña. Traslado hacia la Región de Tarapacá, atravesando la Pampa del Tamarugal; arribo a Mamiña; tarde de baños termales; cena maridaje con productos de oasis (frutos secos, ajíes locales) y vinos del desierto. Noche en Mamiña. Día 6 — Mamiña – Oasis de Pica/Canchones – Iquique. Visita a los centros de

Campo	Contenido
	producción del vino del desierto (Canchones/Pica) y descenso a la costa; degustación de la cepa Tamarugal (variedad única adaptada al desierto); almuerzo gourmet con productos de Pica (limón de Pica); llegada a Iquique. Noche en Iquique. Día 7 — Iquique (experiencia marina y vino). Circuito urbano y gastronómico costero; visita a caletas de pescadores y mercado marino; almuerzo maridaje en restaurante especializado, con pescado de roca (albacora, lenguado) y mariscos del Pacífico maridados con vinos blancos del desierto; tarde libre en la costa. Noche en Iquique. Día 8 — Regreso a Antofagasta -Por camino costero Ruta 1 Paradas panorámicas y avistaje de ballenas y aves acuáticas y pelágicas en su recorrido. En la franja costera (Antofagasta, Tocopilla, Mejillones) se encuentra una enorme abundancia de mariscos y pescados frescos impulsados por la corriente helada de Humboldt: (Pescados de Roca y Costa: Albacora, congrio, reineta, lenguado, cabrilla y cojinova. Mariscos y Frutos del Mar: Locos, erizos del norte, jaibas, ostiones, lapas y piures. Platos Emblemáticos: Mariscales (fríos o calientes), caldillo de congrio, ceviches de erizo o reineta y empanadas de jaiba o loco) un corredor excepcional para concretar esta ruta del vino y sabores costeros. Noche en Antofagasta Dia 9 - (cierre del circuito). Desayuno costero y análisis del circuito recorrido. traslado al Aeropuerto Aeropuerto Internacional Andrés Sabella y retorno a lugar de origen
Potenciales puntos de parada y pernocte	Pernocte: Cafayate (día 1), Cachi (día 2), Tilcara o Purmamarca (día 3), San Pedro de Atacama (día 4), Mamiña (día 5), Iquique (días 6 y 7), Antofagasta (8) Paradas: Quebrada de las Conchas, Quebrada de las Flechas, Molinos, Salinas Grandes, Huacalera, Maimará, Paso de Jama, Toconao, Pampa del Tamarugal, Pica/Canchones.
Actividades principales	Visitas y degustaciones en bodegas de altura de los Valles Calchaquíes, la Quebrada de Humahuaca y Toconao; cruce fronterizo binacional por el Paso de Jama; baños termales en Mamiña; degustación de la cepa Tamarugal en Pica/Canchones; circuito gastronómico marino y visita a caletas de pescadores en Iquique.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Este circuito debería contar idealmente con una base aérea para el segmento de alta gama; hasta tanto no exista esa disponibilidad, se propone una base terrestre. Transporte privado 4x4 o minivans equipadas para alta montaña; alojamiento de alta gama, boutique y de encanto en todo el trayecto; guía bilingüe especializado en enoturismo, gastronomía de alta gama y patrimonio andino.
Conectividad y accesos	Chile: Ruta 5, Ruta 25, Ruta A-64. Ruta 1 Borde Costero Argentina: Ruta 52, Ruta 9, Ruta 68 y Ruta 40. Paso fronterizo: Paso de Jama (asfaltado y operativo todo el año); en todos los casos debe verificarse el estado de los caminos. Aeropuertos de cabecera: Aeropuerto Martín Miguel de Güemes (SLA, Salta); Aeropuerto Diego Aracena (IQQ, Iquique); Aeropuerto Andrés Sabella (ANF, Antofagasta); Aeropuerto Internacional de Jujuy (JUJ).
Condiciones de operación	Operación recomendada de marzo a noviembre, para evitar las lluvias del verano y asegurar la apertura constante de los pasos fronterizos; en invierno, sujeto a condiciones climáticas.
Equipamiento obligatorio	Transporte 4x4 adaptado para trayectos largos, equipado con tubos de oxígeno, kit de auxilio mecánico y servicio de comunicación (radio VHF móvil de 25-50 W, radio portátil VHF/handy, antena Starlink, botiquín de primeros auxilios). Para los clientes: ficha médica con aptitud para viajar en altura, ficha firmada de consentimiento informado, vestimenta adecuada (térmica/cortaviento) y protección solar de alto factor.

6. Mercado Objetivo

Campo	Contenido
Perfiles de mercado	"Enoturistas premium" o viajeros gastronómicos de alto valor, que buscan no solo beber buen vino, sino vivir una experiencia completa con cocina de autor, paisajes, cultura y naturaleza; viajeros internacionales de larga distancia (Europa, Norteamérica, Brasil); mercado corporativo y de viajes de incentivos.
Mercado geográfico prioritario	Brasil, Paraguay, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, y turismo receptivo nacional de Chile y Argentina de segmento premium.
Nivel de gasto esperado	Medio-alto.
Modalidades de comercialización	A través de tour operadores receptivos especializados en turismo cultural y enoturismo; desarrollo de alianzas estratégicas con DMC de lujo y con rutas del vino provinciales y regionales.

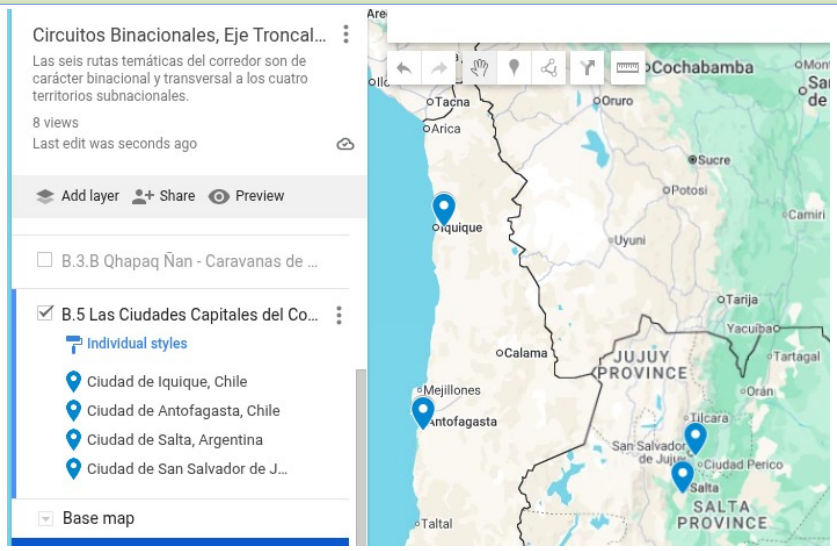
7. Oportunidades y Acciones Prioritarias

Campo	Contenido
Principales oportunidades de desarrollo	Creación de un producto turístico transfronterizo que une los conceptos de terroir de altura y terroir de desierto, con la gastronomía de autor de las costas del Pacífico; ponderación de la cepa rescatada Tamarugal de Chile; revalorización y visibilización de la gastronomía de alta gama y de autor de los valles y quebradas de Salta y Jujuy, en diálogo con la cocina del Pacífico y del desierto de Atacama.

Campo	Contenido
Brechas identificadas	Brechas de Escala, Volumen y Desarrollo de Mercado: Los Valles Calchaquies representan un polo maduro e industrializado, contra la vitivinicultura de nicho y microescala del Jujuy y Norte Chile. Brechas Logísticas y Cadena de Frio / Conectividad: El enlace entre las zonas productoras argentinas (Valles Calchaquíes/Quebrada) y las chilenas (San Pedro de Atacama/Tarapacá) enfrenta pasos fronterizos de gran altitud (Sico, Jama) expuestos a contingencias climáticas (viento blanco, nieve) y tramos de cornisa/ripio que elevan los costos de transporte de insumos enológicos y botellas. Gran parte del transporte no contempla el control de temperatura necesario para preservar partidas de vino fino durante travesías con amplitudes térmicas extremas. Brechas de Regulación, Facilitación Aduanera y Comercialización Cross-Border: A pesar de ser un corredor bioceánico, no existen mecanismos simplificados para la venta directa al turista o pequeños envíos comerciales de vinos entre Argentina, Chile (*Enoturismo transfronterizo*). Homologación sanitaria y fitosanitaria: Los estrictos controles fitosanitarios de ingreso a Chile (SAG) restringen la circulación de productos artesanales, derivados de la uva o frascos sin sellado industrial, lo que traba el intercambio en frontera de maridajes y "sabores andinos". Falta de acuerdos de precarga/despacho digital: Persisten demoras en los pasos fronterizos por la falta de un sistema unificado de pre-despacho migratorio y aduanero para contingentes turísticos dedicados a rutas integradas. Brechas en la Oferta Enoturística y Estándares de Servicio: existe disparidad de servicios enoturisticos receptivos. (Mamiña, Canchones, Toconao) presentan servicios turísticos más comunitarios o emergentes, con capacidad de carga hotelera limitada. Integración del relato comunicacional: No existe aún una narrativa enoturística unificada para la macroregión. Salta/Jujuy promocionan "Vinos de Altura", Tarapacá/Atacama promueven "Vinos del Desierto / Viticultura Heroica", sin un circuito integrado bajo la marca *Corredor Bioceánico*. Digitalización y reserva de experiencias: En las zonas emergentes del desierto y la Puna, las reservas para catas y visitas a viñedos siguen dependiendo de canales informales (WhatsApp/presencial), a diferencia de las plataformas de reserva integradas de las grandes bodegas del NOA
Acciones prioritarias para su implementación	Gestionar el fomento de facilidades para la exportación de vinos de Humahuaca y Valles Calchaquíes para abastecer restaurantes, hoteles boutiques en el norte chileno Fomentar la importación de productos del mar chileno (del Océano Pacífico) hacia el Norte Argentino (NOA: Salta, Jujuy, Tucumán, Catamarca) en el contexto de dicha ruta de vinos y sabores. Gestionar con la Dirección Nacional de Migraciones, Gendarmería Nacional (ARG), el Servicio Nacional de Aduanas y la PDI (CHI) un sistema de pre-despacho digital de listas de pasajeros para agencias habilitadas en los pasos de Sico y Jama. Gestionar las mejoras de atención y equipamiento de los servicios médicos y de equipos de emergencia en la zona de frontera.
Proyectos complementarios requeridos	Unificación de programas de estudios universitarios para la capacitación en vinos transfronterizos y gastronomías de alta gama y de autor de la región; programa de capacitación en maridaje binacional para restaurantes y caletas de la costa chilena y de los valles y quebradas argentinas; plan de señalética unificada de la ruta.

Ficha B.5. Las Ciudades Capitales del Corredor Bioceánico Oeste

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	B.5. Las Ciudades Capitales del Corredor Bioceánico Oeste
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Viaje de turismo urbano-cultural y patrimonial que invita a valorar la identidad profunda de cuatro ciudades capitales e históricas del corredor oeste. El circuito explora la mística, la arquitectura y el relato social de los enclaves portuarios y salitreros del Pacífico, transitando hacia la profunda espiritualidad andina y colonial de los centros urbanos del norte argentino, con experiencias gastronómicas locales que complementan la inmersión cultural.
Motivación principal de viaje	Valoración del patrimonio arquitectónico, histórico e industrial urbano, descubrimiento de la mística, la memoria e la identidad de las ciudades del Corredor Bioceánico, y la contemplación de contrastes paisajísticos extremos (costa, desierto, alta montaña y valles húmedos y yungas)
Estado de desarrollo	Conceptual.
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, denominada "de las Ciudades Puertos del Pacífico a las Ciudades Sagradas de los Andes", que integra las secciones 1, 2 y 3 del CBC.
País	Chile y Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Tarapacá (Iquique) y Región de Antofagasta (Antofagasta / San Pedro de Atacama). Argentina: Provincia de Salta (Salta / Valles Calchaquíes) y Provincia de Jujuy (San Salvador de Jujuy / Quebrada de Humahuaca).

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	9 días / 8 noches.
Temporalidad recomendada	Todo el año. (con previsión operativa y monitoreo de pasos fronterizos en época estival por lluvias altiplánicas y en invierno por heladas/nevadas).
Cobertura territorial	Chile: Región de Tarapacá (Iquique) y Región de Antofagasta (Antofagasta / San Pedro de Atacama). Argentina: Provincia de Salta (Salta / Valles Calchaquíes) y Provincia de Jujuy (San Salvador de Jujuy / Quebrada de Humahuaca).

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Chile: Iquique (Región de Tarapacá, ciudad portuaria con patrimonio arquitectónico y memoria de la industria salitrera); Humberstone y Santa Laura / Pozo Almonte (patrimonio industrial y memoria social del ciclo del salitre); Antofagasta (Región de Antofagasta, ciudad portuaria, ferroviaria e industrial, articulada con el desierto de Atacama); San Pedro de Atacama (nodo complementario y eventual punto de articulación con el corredor cordillerano hacia Argentina). Argentina: Salta capital, Provincia de Salta (centro histórico, arquitectura colonial, patrimonio religioso, gastronomía y puerta de entrada a los Valles Calchaquíes); Cachi / Molinos / Cafayate, según la variante seleccionada para los Valles Calchaquíes; San Salvador de Jujuy, Provincia de Jujuy (patrimonio histórico, arquitectura institucional y religiosa, y memoria de la Independencia); Purmamarca, Tilcara, Maimará y Humahuaca, principales localidades de la Quebrada de Humahuaca.
Atributos que incluye	El principal atributo diferenciador es la posibilidad de realizar, dentro de un único producto turístico binacional, una transición territorial, histórica y cultural excepcional: Pacífico / ciudades puerto / salitreras / desierto / cordillera / Puna / valles fértiles / ciudades coloniales / relictos de Yungas / Quebrada andina. Las ciudades cabecera del corredor bioceánico reúnen, por un lado, la mística portuaria y salitrera —memoria del esplendor salitrero, el misticismo del desierto de Atacama que besa el mar, la arquitectura de madera georgiana de Iquique y la influencia del hierro y la modernidad industrial de principios del siglo XX de Antofagasta— y, por otro, la mística colonial y andina: la espiritualidad de la piedra, el adobe y la fe sincrética; la herencia colonial española fusionada con la cosmovisión andina; el silencio profundo de las iglesias históricas y la escala humana de las plazas coloniales donde se detuvo el tiempo.
Atractivos ancla	Iquique: Paseo Baquedano (arquitectura histórica), la atmósfera mística de las oficinas salitreras cercanas y sus edificios modernos frente a las playas del Pacífico. Antofagasta: el Muelle Histórico, y la mística de sus cielos y entorno desértico que conecta con lo infinito del Pacífico. Salta: el casco histórico y neocolonial, la Catedral Basílica y el Convento de San Bernardo, y los corredores arquitectónicos de las calles España y Caseros, que custodian la mística neocolonial y el fervor religioso del norte. Jujuy: el rito andino de la Pachamama, la arquitectura del centro histórico y la cercanía a las cumbres sagradas que rodean la ciudad.
Atractivos complementarios	Oficina salitrera de Humberstone y Santa Laura; museos, Teatro Municipal, Palacio Astoreca, Museo Regional y otros edificios patrimoniales de Iquique; Muelle Histórico y patrimonio portuario de Antofagasta; Mano del Desierto y otros atractivos del entorno de Antofagasta; experiencias de observación astronómica en el desierto; Museo de Arqueología de Alta Montaña (MAAM) en Salta, con la mística de los Niños del Llullaillaco; paseos gastronómicos artesanales tradicionales; mercados de abasto tradicionales, donde la cultura se manifiesta viva en la ciudad; en Jujuy Museo de Lola Mora, Salon de la Bandera e iglesias centenarias en la Quebrada de Humahuaca

Campo	Contenido
Experiencias clave del circuito	Charlas con historiadores o guías especializados en cada ciudad, que aborden las leyendas de los puertos, la construcción de las ciudades, las vinculaciones con el norte argentino y las crónicas coloniales de las ciudades andinas de Salta y Jujuy, su formación y sus vínculos a través del comercio. Recorridos fotográficos y de contemplación de los detalles arquitectónicos de cada ciudad, incluyendo los rincones menos visitados que contienen su esencia. Inmersión sensorial gastronómica: degustación complementaria de los productos de cada zona, maridajes y contrastes sensoriales entre los frutos del mar de corriente fría del Pacífico con los vinos de extrema altura, el maíz y la quinua de los valles y la Puna, como una forma de probar la historia de cada lugar.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Iquique, "Tierra de Campeones". Arribo y caminata contemplativa por el Paseo Baquedano, para descubrir la arquitectura georgiana y la memoria salitrera; al atardecer, avistaje del paisaje costero frente al Pacífico; cena frente al mar, degustando productos de corriente fría y vino de Mamiña. Día 2. Visita a las ex oficinas salitreras de Humberstone (Patrimonio de la Humanidad), recorrido de profunda carga emocional por una "ciudad fantasma" que detuvo su tiempo; traslado hacia Antofagasta. Día 3 — Antofagasta, "La Perla del Norte". Recorrido por el Muelle Histórico y el casco antiguo industrial; contraste urbano entre la costa desértica y el mar abierto; almuerzo y partida hacia el altiplano para iniciar la aclimatación en Calama/San Pedro de Atacama Día 4. Cruce de la Cordillera de los Andes por los pasos fronterizos, vivenciando la transición mística desde la inmensidad del desierto chileno hasta la vastedad de la Puna argentina; llegada a Salta. Día 5 — Salta, "Tan Linda que Enamora". City tour pedestre por el centro histórico: corredor colonial de las calles Caseros y España, visita a la Catedral Basílica, el Cabildo, el Convento de San Bernardo y el Museo de Arqueología de Alta Montaña (MAAM), para conectar con la cosmovisión y el sacrificio andino ancestral; cena con cocina de autor regional. Día 6 — Valles Calchaquíes. Excursión de día completo hacia los Valles Calchaquíes (Cafayate o Cachi), con el silencio de los paisajes ocres, la arquitectura de tapial y las bodegas históricas de altura; degustación de vinos y comida gourmet. Día 7 — Jujuy, "Energía Viva". Recorrido por el centro histórico de San Salvador de Jujuy: su iglesia matriz, la ex Estación de Trenes, el Colegio Nacional, la Plaza Belgrano, el Cabildo Histórico, la Casa de Gobierno, el Salón de la Bandera y Muso de Lola Mora; relatos de la gesta patriótica (Éxodo Jujeño); cena de inmersión cultural andina. Día 8 — Quebrada de Humahuaca. Jornada dedicada a la valorización de los pueblos de la Quebrada (Purmamarca y Tilcara); caminata entre cerros de colores, visita a iglesias centenarias de adobe y diálogo con la herencia omaguaca. Día 9. Salta / Jujuy. Desayuno; tiempo libre y traslado al Aeropuerto. Fin del servicio
Potenciales puntos de parada y pernocte	Iquique (2 noches); Antofagasta/San Pedro de Atacama (1 noche); Salta capital (2 noches); Valles Calchaquíes (1 noche); San Salvador de Jujuy / Purmamarca (2 noches).
Actividades principales	Tours urbanos históricos y arquitectónicos; visitas a sitios UNESCO y museos arqueológicos de jerarquía; experiencias enogastronómicas y talleres con comunidades locales.

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Hotelería boutique ubicada en cascos históricos (casas patrimoniales restauradas u hoteles de diseño que respeten la estética local); guías locales especializados en historia urbana, arquitectura, arqueología y cosmovisión andina.Transporte terrestre de alta gama (vehículos 4x4 o minibuses ejecutivos) aptos para tramos de altura y cruces cordilleranos, con traslados que incluyan conexiones aéreas.
Conectividad y accesos	Aeropuertos internacionales de referencia: Iquique (IQQ), Antofagasta (ANF), Salta (SLA) y Jujuy (JUJ). Ejes viales pavimentados principales: Ruta 5 en Chile, Rutas Nacionales 52 y 51 en Argentina, con tramos de alta montaña que exigen logística vehicular preventiva.
Condiciones de operación	Coordinación binacional rigurosa para optimizar los tiempos de control migratorio y aduanero en los pasos cordilleranos; coordinación entre operadores receptivos en sistema espejo, que facilita la rapidez de transferencia de pasajeros; protocolos de aclimatación gradual para los viajeros, debido al ascenso progresivo desde el nivel del mar hasta más de 3.000 metros de altura en la cordillera y la Puna.
Equipamiento obligatorio	Vehículos 4x4 o minibuses ejecutivos aptos para tramos de altura; sistemas de oxígeno suplementario y botiquines de primeros auxilios para el mal de altura; equipos de comunicación satelital para los tramos desérticos e intermedios de alta montaña, donde la señal celular es nula; indumentaria técnica por capas, para la amplitud térmica extrema entre la costa húmeda/desértica y el frío seco de la Puna.

6. Mercado Objetivo

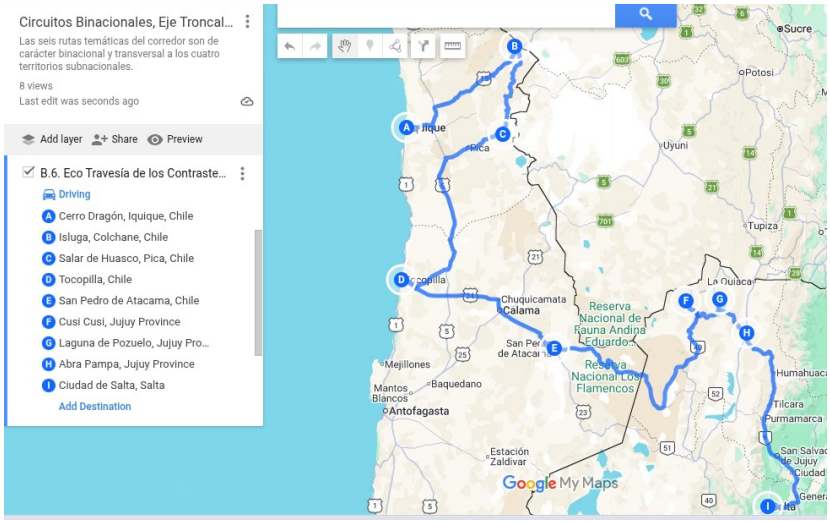
Campo	Contenido
Perfiles de mercado	Turismo cultural y patrimonial de nivel medio-alto y alto (viajeros interesados en historia, arquitectura y patrimonio); turismo internacional especializado; turismo de intereses especializados (fotografía, arquitectura, arte, patrimonio industrial); turismo educativo y académico (universidades, institutos de investigación, programas de intercambio, colegios y escuelas); eventos vinculados al Corredor Bioceánico.
Mercado geográfico prioritario	Mercados limítrofes (Argentina, Chile, Brasil, Paraguay, Uruguay, Perú); mercados de larga distancia especializados en turismo cultural.
Nivel de gasto esperado	Medio/alto.
Modalidades de comercialización	Venta directa mediante operadores receptivos; agencias de viajes especializadas en turismo cultural; operadores internacionales; DMC binacional Chile-Argentina; venta de paquetes en Ferias como la FIT; programas de turismo estudiantil; alianzas con hoteles boutique; viajes de incentivo; fam trips y press trips.

7. Oportunidades y Acciones Prioritarias

Campo	Contenido
Principales oportunidades de desarrollo	Empaquetar productos binacionales que ya tienen identidad propia: actualmente existen productos turísticos muy consolidados entre San Pedro de Atacama, Salta y Jujuy, que podrían constituir los productos ancla del corredor. Aprovechar los reconocimientos internacionales de patrimonio, como el Sistema Vial Andino Qhapaq Ñan (Patrimonio de la Humanidad compartido por ambos países), las momias del Llullaillaco, la certificación de destino Starlight del pueblo de San Andrés de Pica (Tarapacá) y del Sendero Starlight reconocido en Jujuy, la Reserva de Biósfera de las Yungas (Salta/Jujuy, UNESCO) y Humberstone y Santa Laura (UNESCO). Desarrollar productos de alto valor, integrando atractivos reconocidos a nivel mundial para lograr productos de alta jerarquía internacional.
Brechas identificadas	Falta de productos binacionales integrados (existen, pero de forma aislada); situaciones de fuerza mayor o vulnerabilidad en la conectividad cordillerana (nieve, mal clima, etc.); diferencias entre los sistemas turísticos que generan asimetrías en los registros, categorización y regulaciones de la prestación de servicios turísticos; falta de recurso humano especializado en narrativa binacional (se necesitan guías intérpretes con conocimiento de toda la macrorregión); escaso conocimiento del Corredor Bioceánico como articulador de circuitos turísticos binacionales.
Acciones prioritarias para su implementación	Lograr la conformación de una mesa binacional en el marco de las reuniones de ZICOSUR o de los comités de frontera; realizar una investigación de los productos integrados más identitarios para la región; articular operadores turísticos de ambos países, para garantizar una operación integrada y coordinada del circuito; gestionar la capacitación de guías y prestadores locales en patrimonio, historia, arquitectura, cultura andina, interpretación del paisaje y atención al visitante; crear una identidad y marca propia del circuito, acompañada de material promocional, contenidos digitales y herramientas de información turística; implementar una experiencia piloto, evaluando tiempos, costos, conectividad, calidad de servicios y satisfacción de los visitantes; diseñar una estrategia de promoción y comercialización conjunta, orientada principalmente a mercados nacionales e internacionales de turismo cultural y de experiencias; establecer un sistema de seguimiento y evaluación, con indicadores de demanda, gasto turístico, satisfacción, impacto económico y conservación patrimonial.
Proyectos complementarios requeridos	Programa de transferencia de conocimientos institucionales: intercambio binacional de experiencias en gobernanza, marco regulatorio y estadísticas turísticas, para fortalecer la gestión y coordinación del circuito. Programa de intercambio y transferencia de conocimientos entre prestadores privados: articulación de experiencias y buenas prácticas entre empresas turísticas de Chile y Argentina en gestión, comercialización, calidad de servicios, innovación y operación de productos binacionales. Red de Prestadores Privados del Corredor: Espacio de articulación comercial B2B entre operadores receptivos de Tarapacá, Antofagasta, Jujuy y Salta.

Ficha B.6. Turismo de Naturaleza y Aventura: Eco Travesía de los Contrastes Andinos: Biodiversidad y Aventura desde las Yungas al Altiplano y al Pacífico

1. Identificación del Circuito

Campo	Contenido
Nombre del circuito	B.6. Eco Travesía de los Contrastes Andinos: Biodiversidad y Aventura desde las Yungas al Altiplano y al Pacífico
Mapa de referencia	
Concepto del circuito	Corredor ecológico de naturaleza y aventura que conecta y pone en valor las áreas naturales protegidas del norte argentino y el norte chileno. El circuito se fundamenta en el reconocimiento activo de la biodiversidad y el drástico contraste de los ecosistemas: desde la densidad biológica de la selva de montaña y la adaptación extrema de la vida en las lagunas altoandinas, hasta los frágiles entornos del desierto de Atacama y la riqueza marina de la costa del Pacífico.
Motivación principal de viaje	Conexión profunda con la naturaleza a través de la exploración científica, la observación de avifauna y la aventura técnica consciente. El perfil busca una inmersión en áreas protegidas integradas, donde el trekking de montaña, las travesías 4x4 y las actividades náuticas se complementan con la interpretación ambiental, el monitoreo participativo de avifauna y el respeto por las comunidades locales y los hábitats frágiles.
Estado de desarrollo	Potencial: existen ofertas operativas por separado en cada territorio subnacional, pero como producto turístico binacional integrado requiere articulación pública-privada y facilitación fronteriza..
Tramo del Corredor al que pertenece	Ruta temática de carácter transversal, que integra las secciones costeras, altiplánicas y subandinas del Corredor Bioceánico (Secciones 1, 2 y 3).
País	Chile y Argentina.
Provincia / Región	Chile: Región de Antofagasta y Región de Tarapacá. Argentina: provincia de Salta y provincia de Jujuy.

2. Caracterización General

Campo	Contenido
Duración tentativa (días y noches)	14 días / 13 noches (con opción de expedición trekking de alta montaña/selva de 6 días en la sección transandina o la opción de travesía 4x4 atravesando la selva).
Temporalidad recomendada	De marzo a noviembre (evitando la ventana del Invierno Altiplánico y lluvias estivales de enero-febrero en la Puna y la temporada de máxima precipitación en las Yungas).
Cobertura territorial	Chile: Región de Antofagasta y Región de Tarapacá. Argentina: Provincia de Salta y provincia de Jujuy.

3. Destinos, Atractivos y Experiencias

Campo	Contenido
Destinos y localidades involucradas	Iquique, Pozo Almonte, Tocopilla, Pica, Calama, San Pedro de Atacama (Chile); Susques, Salinas Grandes, Purmamarca, Tilcara, Humahuaca, Abra Pampa, Caspalá, San Francisco, Libertador General San Martín, Salta Capital y Cachi (Argentina).
Atributos que incluye	Áreas Protegidas Nacionales y Provinciales, Parques Nacionales, Reservas de Biosfera, Sitios RAMSAR, avifauna endémica y amenazada, ecosistemas de gradiente altitudinal extremo
Atractivos ancla	Lagunas altoandinas integradas a la Red de Conservación del Flamenco Andino; Parque Nacional Volcán Isluga; Parque Nacional Salar de Huasco, Reserva Nacional Los Flamencos: Salar de Atacama / Laguna Chaxa, Lagunas Miscanti y Miñiques Monumento Natural Laguna de los Pozuelos (sitio RAMSAR); Laguna de Vilama Sitio RAMSAR.Laguna del Toro, Reserva de Biósfera de las Yungas; Quebrada de Humahuaca (Patrimonio Mundial de la UNESCO). Santuario del Agua de Salinas Grandes.
Atractivos complementarios	Reserva Nacional Pampa del Tamarugal; Santuario de la Naturaleza Río Loa; Monumento Natural La Portada; Santuario de la Naturaleza Cerro Dragón; Santuario de la Naturaleza Valle de la Luna; Géiseres del Tatio; Ruta Nacional 40; Parque Nacional Los Cardones; La Cornisa; Parque Nacional Calilegua. Valle Grande y Termas de Jordán Cuesta de Obispo y Recta de Tin Tin.
Experiencias clave del circuito	Ecoturismo e interpretación: observación de flora y fauna, con registro técnico de especies endémicas y en amenaza, siguiendo el cambio de especies desde la costa del Pacífico, el desierto del altiplano y las Yungas. Navegación de naturaleza: observación de aves marinas y cetáceos en la bahía de Mejillones, con interpretación de la biodiversidad asociada a la Corriente de Humboldt y fotografía de fauna silvestre. Safari ecológico en las Yungas: observación e interpretación de la biodiversidad de las Yungas, recorriendo distintos pisos altitudinales de la selva, para comprender la transición ecológica desde el Pacífico y el altiplano hasta la selva de montaña. Monitoreo Participativo de Ciencia Ciudadana Actividad diferenciadora del circuito que integra turismo de naturaleza, educación ambiental y conservación, transformando al visitante en colaborador activo mediante el registro digital de especies de flora y fauna observadas en plataformas como eBird o iNaturalist.

4. Itinerario Base

Campo	Contenido
Descripción sintética del recorrido día por día	Día 1 — Iquique y su ambiente marino-costero. Recepción y charla introductoria sobre el corredor binacional; visita al borde costero, Península de Cavancha y Santuario de la Naturaleza Cerro Dragón (opcional: parapente biplaza o sandboard); interpretación del ecosistema marino-costero y de la relación entre el desierto y el océano. Pernocte en

Campo	Contenido
	Iquique. Día 2 — Safari altoandino al Parque Nacional Isluga. Ascenso progresivo al altiplano, por Ruta 15-CH interpretando el cambio de ecosistema de la costa al altiplano; safari fotográfico de biodiversidad, con observación de flora y fauna andina; caminatas de biodiversidad por sectores de lagunas y bofedales; visita a miradores del volcán Isluga (según condiciones operativas). Pernocte en Isluga. Día 3 — Salar de Huasco (sitio RAMSAR) y GCFA (Grupo de Conservación de Flamencos Andinos). Caminata por miradores y senderos habilitados; conteo y registro de aves protegidas: flamenco austral (*Phoenicopterus chilensis*), parina grande (*Phoenicoparrus andinus*) y parina chica (*Phoenicoparrus jamesi*); recorrido por humedales periféricos, reconociendo patos y picaflores andinos. Descenso hacia el litoral para conectar hacia el nodo marino. Pernocte en Tocopilla. Día 4 — Avistaje de cetáceos e interpretación de la biodiversidad asociada a la Corriente de Humboldt. Embarque y búsqueda de la ballena de aletas (*Balaenoptera physalus*) o la ballena sei (*Balaenoptera borealis*); manadas de delfines oscuros siguiendo los cardúmenes de anchoveta; avistaje de pingüinos de Humboldt, lobos marinos y aves marinas residentes. Por la tarde, traslado hacia el interior del desierto de Atacama. Pernocte en Calama. Día 5 — San Pedro de Atacama y lagunas altiplánicas GCFA. Traslado hacia San Pedro de Atacama y recorrido por sectores de la Reserva Nacional Los Flamencos. Visita al Salar de Atacama y Laguna Chaxa, con observación de comunidades de flamencos y demás avifauna de ambientes salinos. Continuación hacia las lagunas altiplánicas Miscanti y Miñiques. Interpretación de humedales altoandinos, salares, biodiversidad y relaciones entre comunidades locales y territorio. Observación y registro interpretativo de las tres especies de flamencos protegidas; reconocimiento de la dinámica trófica en humedales salinos de extrema aridez. Pernocte en San Pedro de Atacama. Día 6 — Géiseres del Tatio y travesía trasandina por Jama. Salida de madrugada a los campos geotérmicos del Tatio, para observar la actividad geotérmica e interpretar la flora y fauna circundante; posterior cruce fronterizo, interpretando las vegas altoandinas. Por la tarde; Experiencia vespertina/nocturna en el Santuario de Agua en medio de las Salinas Grandes, disfrutando de actividades de astroturismo, turismo rural comunitario (El Santuario constituye un espacio de valor natural, cultural y simbólico que incluye 5 apachetas o domos realizado con panes de sal de 3 a 15 mts de alto. Rodeado de piletas de agua que destaca la importancia de la misma como recurso vital en el ecosistema puneño y como elemento fundamental para la vida, las prácticas tradicionales y la identidad de 11 comunidades locales. La experiencia incorpora astroturismo y turismo rural comunitario, con interpretación del paisaje, del ciclo del agua en la Puna y de los vínculos culturales y simbólicos entre las comunidades y el territorio. Pernocte en comunidades locales. Día 7 — Visita al sitio RAMSAR y Patrimonio de la Humanidad. Salida desde Salinas Grandes hacia el sector norte de la Puna jujeña. Travesía por paisajes de alta montaña y ambientes salinos, con interpretación de la geología, hidrología y biodiversidad puneña. Continuación hacia el Sitio Ramsar y Monumento Natural Laguna de los Pozuelos, uno de los principales humedales altoandinos de la región y área de concentración estacional de flamencos y otras aves acuáticas. Realización de observación e interpretación de avifauna y de los ecosistemas asociados a la laguna, con especial atención a las relaciones entre humedales, disponibilidad de agua y biodiversidad altoandina. Posterior descenso hacia la Quebrada de Humahuaca, siguiendo la transición desde los ambientes de Puna hacia los valles intermontanos. Pernocte en Humahuaca.

Campo	Contenido
	Día 8 — Travesía 4x4 hacia las Yungas: Abra del Zenta y Caspalá: Salida desde la Quebrada de Humahuaca ascendiendo por RP 73 hacia el Abra del Zenta (4.000 msnm), mirador natural del ecotono Puna-Yungas. Visita a la comunidad originaria de Caspalá (reconocida Best Tourism Village por UN Tourism). Pernocte en Caspalá. *(Nota: En los días 8 a 13 se puede optar alternativamente por el Trekking de Expedición Puna-Yungas de 6 días / 5 noches con acampe y refugios locales)* Ficha técnica del trekking: duración de 6 días/5 noches; distancia total aproximada de 70 km de marcha; dificultad física media (exige buen estado aeróbico y predisposición para caminar entre 6 y 8 horas diarias consecutivas); dificultad técnica media (se transita por senderos de herradura históricos utilizados por los pobladores locales, sin requerir conocimientos de escalada ni uso de cuerdas); altura máxima alcanzada de 4.050 msnm durante las primeras jornadas; punto final en el Parque Nacional Calilegua. Día 9 - Termas de Jordan y transición a la selva de Yunga. Salida desde Caspalá hacia el sector de Valle Grande/San Francisco. Encuentro con guía local y realización de la excursión de trekking hacia las Termas del Jordán, atravesando ambientes de transición hacia la Selva Montana. Descenso hacia el río Jordán y acceso a sus piscinas naturales de aguas termales, rodeadas por una vegetación exuberante característica de las Yungas. Interpretación de la biodiversidad, dinámica hídrica, formaciones geológicas y transición ecológica entre los ambientes altoandinos y la selva montana. Tiempo para disfrutar de las aguas termales, sujeto a las condiciones de seguridad, caudal del río, estado del sendero y habilitación local. Regreso a San Francisco. Pernocte en San Francisco. Día 10 - Parque Nacional Calilegua: Ingreso al P.N. Calilegua, integrado al ámbito de la Reserva de Biosfera de las Yungas. Realización de senderismo interpretativo por ambientes de Selva Montana, con reconocimiento de árboles, epífitas, cursos de agua y fauna característica. Jornada especialmente orientada a la observación de biodiversidad y avifauna, con posibilidad de registro de especies representativas de las Yungas, entre ellas pava de monte alisera (*Penelope dabbenei*), burgo, surucuá aurora y guacamayo verde, entre otras. Por la tarde, continuación del traslado hacia Salta Capital, atravesando el corredor de las Yungas y los valles orientales. Pernocte en Salta. Día 11 — Salta – Parque Nacional Los Cardones – noche en Cachi: En la mañana con rumbo a los Valles Calchaquíes, salida desde Salta por la RN 68 y empalme con la RP 33, atravesando la Quebrada de Escoipe; ascenso por la serpenteante Cuesta del Obispo, con parada en el mirador Piedra del Molino (3.348 msnm). Mediodía/tarde: ingreso al Parque Nacional Los Cardones, atravesando la mítica Recta Tin Tin y el campo de cardonales (*Echinopsis atacamensis*), con avistamiento de especies emblemáticas del ecotono de transición altoandino y prepuna: cóndor andino (*Vultur gryphus*), monterita serrana (*Poospiza baeri*), pepitero colorado (*Pseudosaltator rufiventris*), gallito de arena (*Teledromas fuscus*) y carpintero andino (*Colaptes rupicola*), entre muchas otras. Cena tradicional y vinos de altura: experiencia gastronómica en restaurante local, con platos regionales (empanadas salteñas, tamales, humita o cabrito al horno) maridados con vinos de altura de la región (Torrontés y Malbec), de viñedos de gran altitud; reflexión sobre el corredor realizado y reconocimiento de la biodiversidad descubierta. Día 12 - Cachi - Cuensta del Obispo – Salta. Recorrido por Cachi y los paisajes naturales y culturales de los Valles Calchaquíes. Interpretación de los sistemas agrícolas tradicionales, patrimonio rural y vitivinicultura de altura, con especial atención a las estrategias de adaptación de las comunidades al ambiente árido. Retorno hacia Salta por la Cuesta del Obispo. Como actividad opcional, realización de un descenso en Mountain Bike por sectores habilitados de la Cuesta del Obispo, sujeto a condiciones

Campo	Contenido
	meteorológicas, estado del camino y evaluación operativa. Pernocte en Salta Capital. Día 13 - Dia de Reserva Ecologica e interpretación ambiental en Salta Realización de actividades de interpretación botánica y ornitológica en la Reserva Municipal San Lorenzo. Jornada complementaria para consolidación de registros de Ciencia Ciudadana, mediante plataforma eBird e iNaturalist, revisión de especies observadas durante el circuito y síntesis interpretativa de los principales ecosistemas recorridos: litoral Pacífico, desierto de Atacama, Altiplano, Puna, salares, humedales altoandinos, Quebrada de Humahuaca y Yungas. Pernocte en Salta Capital Día 14 - Salta Capital – Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes Traslado al Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes (SLA) de acuerdo con el horario del vuelo.
Potenciales puntos de parada y pernocte	Norte Grande (Chile): Iquique, Pozo Almonte, Pica, Tocopilla, Calama, San Pedro de Atacama. Norte argentino: Susques, Salinas Grandes, Humahuaca, Caspalá, Libertador General San Martín, Salta y Cachi.
Actividades principales	● Ecoturismo e interpretación ecosistémica: observación de flora/fauna endémica, conteo y registro de avifauna acuática (Grupo de Conservación de Flamencos Andinos, GCFA) en sitios RAMSAR (Salar de Huasco, Laguna Chaxa, Laguna de los Pozuelos). Monitoreo Participativo de Ciencia Ciudadana Actividad diferenciadora del circuito que integra turismo de naturaleza, educación ambiental y conservación, transformando al visitante en colaborador activo mediante el registro digital de especies de flora y fauna observadas en plataformas como eBird. ● Navegación y avistamiento marino: búsqueda de cetáceos, delfines y avifauna marina en la bahía de Mejillones (especies asociadas a la Corriente de Humboldt). ● Aventura y senderismo de gradiente: trekking de alta exigencia y largo recorrido de la Puna a las Yungas (o travesía 4x4 técnica), senderismo interpretativo en parques nacionales (Isluga, Calilegua, Los Cardones). ● Geoturismo: visita a campos geotérmicos (Géiseres del Tatio) y observación de fenómenos geológicos (Cuesta del Obispo, Valle de la Luna, Recta Tin Tin). ● Turismo comunitario y gastronomía: inmersión en comunidades originarias (Salinas Grandes, Caspalá, Huara Huasy).

5. Requerimientos Operativos

Campo	Contenido
Servicios básicos requeridos	Alojamientos adaptados (refugios comunitarios durante el trekking y en visita a Salinas Grandes y hoteles boutique en los nodos urbanos); disponibilidad de oxígeno medicinal para las travesías de altura; logística de alimentos y agua para las expediciones.
Conectividad y accesos	Vehículos 4x4 acondicionados para alta montaña; pasos fronterizos operativos (Paso de Jama); comunicación satelital (Garmin InReach / SPOT) en zonas sin señal celular; disponibilidad de antena Starlink; disponibilidad de oxígeno.
Condiciones de operación	Guías bilingües certificados en WFR (Wilderness First Responder), especialistas en biodiversidad y registrados ante los organismos de Parques Nacionales de Chile y Argentina, con conocimiento de protocolos estrictos de aclimatación progresiva.
Equipamiento obligatorio	Indumentaria multicapa (técnica para el frío extremo de la Puna y la humedad de la selva de Yungas); botiquín de primeros auxilios de alta montaña; equipamiento de campamento.

6. Mercado Objetivo

Campo	Contenido
Perfiles de mercado	Naturalista y ecoturista: viajeros interesados en conocer la biodiversidad del corredor, sentir los contrastes ambientales del sector y reconocer la botánica de transición altitudinal. Birdwatcher especializado: viajeros de nicho interesados en listas de vida de avifauna endémica del altiplano, la Puna y el ambiente costero, y de mamíferos marinos. Aventurero consciente: senderistas de fondo con buena condición física, que buscan travesías auténticas y poco masificadas, sin descuidar el impacto ambiental. Viajero científico/educativo: académicos, biólogos, fotógrafos de naturaleza y conservacionistas vinculados a las agendas de la Red RAMSAR o del GCFA.
Mercado geográfico prioritario	Internacional: Alemania, Francia, Suiza, Países Bajos, Reino Unido, Estados Unidos y Canadá. Regional: Chile y Argentina (segmento de altos ingresos, fotógrafos y clubes de aves y montaña); Brasil (mercado de alta gama orientado a naturaleza).
Nivel de gasto esperado	Medio-alto, dado que la logística debe ser especializada (vehículos todo terreno, guías expertos en biomas y trekking).
Modalidades de comercialización	A través de tour operadores receptivos especializados en turismo sustentable y de aventura de Argentina y Chile; desarrollo de alianzas estratégicas con agencias de ATTA (Adventure Travel Trade Association) y redes de ecoturismo; venta directa mediante canales digitales.

7. Oportunidades y Acciones Prioritarias

Campo	Contenido
Principales oportunidades de desarrollo	Aprovechar las instancias de integración que actualmente se gestionan, así como la oportunidad de financiamiento existente, para fortalecer el posicionamiento global de un producto de clase mundial en el segmento de turismo sostenible o turismo regenerativo.
Brechas identificadas	Falta de oferta unificada: ausencia de articulación entre operadores y prestadores de productos de aventura y naturaleza integrados. Asimetrías en la facilitación turística en las zonas de frontera: burocracia, demoras y falta de una ventanilla exclusiva para el tráfico turístico. Disparidad de servicios: informales mezclados con servicios formales. Falta de cobertura de comunicación y de emergencia en los circuitos de aventura extrema.
Acciones prioritarias para su implementación	Paso fronterizo ágil: gestionar un corredor único de control migratorio y aduanero de tipo preferencial para prestadores de turismo de aventura y naturaleza, tour operadores y agentes de viajes acreditados en el Comité Mixto de Gestión de Circuitos Binacionales. Capacitación y estandarización: desarrollar un programa de formación técnica para guías, prestadores alternativos y turismo indígena/comunitario, con estándares internacionales de atención y bioseguridad. Plan de manejo y capacidad de carga: definir, para las áreas frágiles y de conservación, un plan de manejo y un límite de capacidad de carga. Mesa de trabajo y fam tours: organizar viajes de familiarización de operadores regionales e internacionales, para validar los circuitos y productos.
Proyectos complementarios requeridos	Sistema Integrado de Seguridad e Información, que incluya la instalación de puntos de comunicación de emergencia satelital y una cartografía digital unificada del corredor, con información sobre la biodiversidad endémica.

Anexo V – Listado de Entrevistas y Consultas Realizadas

El presente anexo detalla el conjunto de entrevistas, reuniones y consultas realizadas durante el trabajo de campo de la consultoría, entre mayo y julio de 2026, y en las reuniones de revisión de agosto y septiembre de 2026, con referentes públicos, privados, académicos y comunitarios de los cuatro territorios del Corredor Bioceánico de Capricornio (Jujuy, Salta, Antofagasta y Tarapacá), así como con puntos focales del CBC en la reunión multilateral de la Comisión de Turismo y Cultura del Foro de los Territorios Subnacionales y en la reunión de presentación del diagnóstico a los puntos focales de las cuatro regiones. Para cada encuentro se detallan, cuando se dispone del dato, la fecha y modalidad (presencial o virtual), los participantes y su cargo o institución de pertenencia. El listado se organiza por territorio, en el orden Jujuy, Salta, Antofagasta y Tarapacá, e incluye al final un registro fotográfico de las reuniones y visitas realizadas en cada uno de ellos. Dentro de cada territorio, los encuentros se presentan en orden cronológico; las visitas presenciales a Jujuy, Iquique, Antofagasta y San Pedro de Atacama se agrupan al final del bloque territorial correspondiente.

Tabla 68. Listado de Entrevistas y Consultas Realizadas

Territorio	Fecha y Modalidad	Participante	Cargo / Institución
JUJUY			
Jujuy	Miércoles 20 de mayo, 09:00 h – Virtual	Gustavo Arévalos	Responsable Técnico – Coordinación y Seguimiento de la Consultoría (Punto Focal BID-Jujuy)
		Sofía Van Balen Blanken	Directora de Turismo de la Provincia de Jujuy
		Jorgelina Duhart	Coordinadora, Secretaría de Turismo de Jujuy
	Viernes 12 de junio	Diego Valdecantos	Secretario de Turismo de Jujuy
Jujuy	Reunión de revisión de los proyectos de inversión y los circuitos turísticos integrados propuestos para la Región Viernes 4 de septiembre, 12:00 h – Virtual	Gustavo Arévalos	Responsable Técnico – Coordinación y Seguimiento de la Consultoría (Punto Focal BID-Jujuy)
		Jorgelina Duhart	Coordinadora, Secretaría de Turismo de Jujuy
VISITA PRESENCIAL A JUJUY – Lunes 8 de junio			
Jujuy	Lunes 8 de junio	Juan Cabrera	Presidente, Ente Autárquico Tren Solar de la Quebrada
	Lunes 8 de junio	Sofía Van Balen Blanken	Directora de Turismo de la Provincia de Jujuy
		Gustavo Arévalos	Punto Focal BID-Jujuy
		Alejandro Marenco	Secretario Ejecutivo, Agencia Provincial del Corredor Bioceánico de Capricornio – Gobierno de Jujuy

Territorio	Fecha y Modalidad	Participante	Cargo / Institución
Jujuy	Lunes 8 de junio	Leticia Balut	Presidenta, AHT Filial Jujuy (Asociación de Hoteles de Turismo)
		Rodrigo Torres	Presidente, Cámara de Turismo de Jujuy y Bureau de Congresos
		Mónica Choque	Presidenta, AJAVYT (Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Jujuy)
		Luciano Fabieni	Propietario, Hotel Spa Termas de Reyes – AHT Filial Jujuy
	Lunes 8 de junio	Luciano Córdoba	Secretario de Cultura y Turismo, Municipalidad de San Salvador de Jujuy
		Gabriela Canoniero	Directora de Turismo, Municipalidad de San Salvador de Jujuy
SALTA			
Salta	Viernes 15 de mayo, 11:00 h – Presencial – Sede Representación RRII Salta	Julia López	Responsable de Cooperación Internacional, Representación de Relaciones Internacionales de Salta
		Mercedes Ortiz de Rosas	Directora Gral. de Grandes Eventos, Ministerio de Turismo y Deportes de Salta. Punto Focal MTyD-Salta para el CBC
		Javier Arias	Dirección de Registro y Control, Ministerio de Turismo y Deportes de Salta
		Judith Basla	Ministerio de Turismo y Deportes de Salta
	Lunes 18 de mayo	—	Participación en el lanzamiento del Plan Salta 2050
	Martes 19 de mayo – Presencial	Greta Issa	Área de Estadísticas, Secretaría de Turismo del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta
	Martes 19 de mayo – Presencial	Marín Rodríguez	Jefe de Carrera de Relaciones Internacionales, UCASAL – participante de la Mesa Académica del CBC
	Viernes 22 de mayo – Presencial	Lucía Caso	Tastil Turismo – Operador turístico (charters a Iquique en temporada de verano)
	Jueves 28 de mayo – Presencial	Federico Norte	Fundador y Director, Norte Trekking Expeditions – Operador de travesías 4x4 y turismo aventura
		Diego Ashur Mas	Secretario de Cultura de la Provincia de Salta
Salta	Jueves 11 de junio	Facundo Assaf	Presidente, Cámara de Turismo de Salta

Territorio	Fecha y Modalidad	Participante	Cargo / Institución
		Gustavo Di Mecola	Miembro, Cámara de Turismo de Salta / Agente de viajes
		Mariano García Cainzo	Cámara Hotelera y Gastronómica de Salta
		Freddy Soria	Cámara Hotelera y Gastronómica de Salta
		Yenny Orlandi	Cámara de Turismo de San Lorenzo
Salta	Martes 30 de junio – Presencial	Fernando García Soria	Coordinador del Ente de Turismo de la Ciudad de Salta
Salta	Viernes 3 de julio – Virtual	Dr. Julio San Millán	Representante de Relaciones Internacionales de la Provincia de Salta
		Julia López	Representación de Relaciones Internacionales de Salta
		Virginia Valdez	Representación de Relaciones Internacionales de Salta
		Mercedes Ortiz de Rosas	Ministerio de Turismo y Deportes de Salta
		Rosa Lizárraga	Ministerio de Turismo y Deportes de Salta
		Otros funcionarios del Ministerio	Ministerio de Turismo y Deportes de Salta
		Representantes de nueve municipios	Municipios de General Mosconi, General Güemes, Guachipas, Salvador Mazza, Orán, Tartagal, San Lorenzo, Cachi y Cerrillos
		Julieta Barboza	Fundación La Bailarina de Tastil (Quebrada del Toro)
Salta	Martes 25 de agosto – Presencial	Carlos Alejandro Mateo Abudi	Coordinador General del Ministerio de Producción y Minería
Salta	Reunión de revisión de los proyectos de inversión y los circuitos turísticos integrados propuestos para la Región Lunes 21 de septiembre – Presencial	Alejandro Romero	Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta
		Rosa Lizárraga	
		Lucas Gutiérrez	
		Mercedes Ortiz de Rosas	
ANTOFAGASTA			
Antofagasta	Lunes 25 de mayo, 11:00 h (Chile) / 12:00 h (Argentina) – Virtual	Nora Biaggini Suárez	Unidad Regional de Asuntos Internacionales (URAI), Gobierno Regional de Antofagasta
		Claudio Jerez Herrera	Director Subrogante Regional, SERNATUR Antofagasta
		Mauricio Velásquez Flores	Gestor del Programa Territorial Integrado (PTI) Turismo Costero, Comité CORFO Antofagasta

Territorio	Fecha y Modalidad	Participante	Cargo / Institución
Antofagasta	Reunión de revisión de los proyectos de inversión y los circuitos turísticos integrados propuestos para la Región Viernes 4 de septiembre, 8:00 a 9:00 h (hora de Chile) – Virtual Lunes 9 de septiembre – Virtual	Pablo Rojas Varas	Jefe de División de Fomento e Industria. GORE Antofagasta
		Mauricio Velazquez	Consultor División de Fomento e Industria. GORE Antofagasta
		Carla Navea Segovia	Funcionario División de Fomento e Industria. GORE Antofagasta
VISITA PRESENCIAL A ANTOFAGASTA – Lunes 22 de junio			
Antofagasta	Lunes 22 de junio, 09:00 h – Presencial – Antofagasta (reunión institucional ampliada)	Dinka López Durán	Consejo Regional (CORE) de Antofagasta
		Valentina Fernández	Jefa SEREMI de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Antofagasta
		Paula Rodríguez B.	SEREMI de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Antofagasta
		Tía Barros S.	Jefa de Escuela, AIEP Antofagasta
		Claudio Jerez Herrera	SERNATUR Antofagasta
		Patricio Ponte	Consejo Regional (CORE) de Antofagasta
		Marcia Rojas	ProChile Antofagasta
		Bárbara Toms	CORFO Antofagasta
		Juan Zamorano S.	CORFO Antofagasta
		Ricardo Vanas F.	Puerto de Antofagasta
		Karla Sepúlveda Q.	Puerto de Antofagasta
		Paulina Meza Carvajal	Subdirectora Académica, AIEP Antofagasta
		Nora Biaggini Suárez	URAI, Gobierno Regional de Antofagasta
Antofagasta	Lunes 22 de junio, 11:30 h – Presencial – Antofagasta (sector turístico y municipios)	Ignacio Sanhueza	Hotel Nikyosan
		Dinka López Durán	Turismo Calama
		Heriberto Núñez Lin	Dirección de Desarrollo Turístico (DIDETUR)
		Fabrizio Oyanadel	Dirección de Desarrollo Turístico (DIDETUR)
		Manuel Nequilir V.	Funcultur / Municipalidad de Mejillones
		Sandra Pastene Muñoz	Directora Ejecutiva, AMRA (Asociación de Municipalidades de la Región de Antofagasta)
		Benjamín Crutchik Bruzzone	Municipalidad de Sierra Gorda – Corp. de Turismo

Territorio	Fecha y Modalidad	Participante	Cargo / Institución
VISITA PRESENCIAL A SAN PEDRO DE ATACAMA – Martes 23 de junio			
Antofagasta (San Pedro de Atacama)	Martes 23 de junio, 10:00 h – Presencial	Francisco Órdenes A.	SERNATUR Antofagasta
		Jacqueline Escobar	SERNATUR Antofagasta
		Soiky Casanga Sota	Consejo de Pueblos Atacameños (CPA) – Turismo
		Mercedes Peñiguez	Asociación Eco Red
		José Hernández	Centro de Artesanos
		Damaris Cruz	Unidad de Patrimonio, CPA
		Paula Herrera J.	Unidad de Patrimonio, CPA
		Alejandra Peñas Jarahui	Corporación de Turismo de San Pedro de Atacama
		Ada Layana Collao	AMET
		Juan Plaza	Turismo San Pedro de Atacama
		Johmar Becerra González	Asociación Indígena Valle de la Luna
		Claudia Cruz Bravo	Comunidad de Cúcuter
		Luisa Reyes López	Comunidad Atacameña de Coyo
		Mauricio Sanda Orellana	Comunidad de Coyo
		Nelson Malebrán	Prodivas
		Elías Berna M.	ONG Desarrollo Atacama La Grande
		Vilma Cotur Momoni	Concejala, Municipalidad de San Pedro de Atacama
		Carolina Colomer Ligue	Concejala, Municipalidad de San Pedro de Atacama
		Natali Hidalgo Carrasco	Fundación Tantí
		Lady Sondor Orellane	Comunidad Atacameña de Coyo
		Sandra	
		Rafael Vergas	
		Ignacio Rivero M.	Municipalidad de San Pedro de Atacama (IMSPA) – Sector Público
		Gonzalo Villalobos Stengl	Stengl Expeditions & MR Documentary Delights SpA
		Denis Condori Anza	Asociación Indígena / Asoc. de Empresarios de Turismo
		Nora Biaggini Suárez	URAI, Gobierno Regional de Antofagasta
		Claudio Jerez Herrera	SERNATUR Antofagasta
		Carolina Soto Poblete	Concejala, Municipalidad de San Pedro de Atacama
		Gabriela Pagella	Turismo, Bienestar y Medio Ambiente
		Isaac Pizarro	Astralga A.G.
		Natalia Contullo Selti	

Territorio	Fecha y Modalidad	Participante	Cargo / Institución
		Mónica Mondaca Mondaca	Asociación de Turismo de Toconao
		Denisse Escárez D.	Turismo, Municipalidad de San Pedro de Atacama
TARAPACÁ			
Tarapacá	Jueves 21 de mayo, 10:30 h (Chile) / 11:30 h (Argentina) – Virtual	Juan Ismael Guzmán Burgos	Jefe Departamento Desarrollo Económico Local, División de Fomento e Industria (DIFOI), Gobierno Regional de Tarapacá
Tarapacá	Reunión de revisión de los proyectos de inversión y los circuitos turísticos integrados propuestos para la Región Viernes 4 de septiembre, 9:30 a 10:30 h (hora de Chile)	Carolina Quintero Muñoz	Jefe de División de Fomento Industria, Gobierno Regional de Tarapacá
		Paulina Pinto S.	DIFOI, Gobierno Regional de Tarapacá
		Milisa Ivana Ostojic Soto	Directora de SERNATUR Tarapacá
VISITA PRESENCIAL A IQUIQUE – Jueves 18 de junio			
Tarapacá	Jueves 18 de junio, 10:00 h – Presencial – Iquique (actores gremiales y privados)	Andrea Agurto	Círculo de Guías A.G.
		Andrés Díaz Burgos	Metatour AG
		Claudio Hidalgo	Cámara de Turismo Tarapacá
		Jorge Ontivero	Astur / Cámara
		Bernarda Mamani	Turismo Indígena Tarapacá
		Ana Da Costa J.	Turaventur AG
		Susana Cornejo K.	Gastronómicos
		Mario Núñez Vergara	Altos del Norte
		Wilfredo Bacián D.	Ag. Turismo Indígena Tarapacá
		Juan Ismael Guzmán Burgos	División de Fomento e Industria (DIFOI), Gobierno Regional de Tarapacá
		Carolina Quintero	DIFOI, Gobierno Regional de Tarapacá
		Paulina Pinto S.	DIFOI, Gobierno Regional de Tarapacá
		Roberto Pérez	COTTAR – Cámara de Operadores de Turismo de Tarapacá
Tarapacá	Jueves 18 de junio, 15:00 h – Presencial – Iquique (municipios y organismos regionales)	Diego Brito Martínez	Municipalidad de Huara
		Gino Hurtado Hurtado	Municipalidad de Pozo Almonte
		Netico Cuevas Vilca	Municipalidad de Pozo Almonte
		Katherine Cerda	Municipalidad de Pica
		Paulina Pinto S.	DIFOI, Gobierno Regional de Tarapacá
		Juan Ismael Guzmán Burgos	DIFOI, Gobierno Regional de Tarapacá
		Manuel Alballay	CORFO Tarapacá
		Verónica Villanueva	Municipalidad de Pica
		Mauricio S.	Consejo Regional (CORE) de Tarapacá

Territorio	Fecha y Modalidad	Participante	Cargo / Institución
		Germán Espinoza P.	
		Milisa Ivana Ostojic	SERNATUR Tarapacá
		Carolina Quintero	DIFOI, Gobierno Regional de Tarapacá
		María Inés Padrón	INDAP Tarapacá, Área de Fomento
CBC – REUNIÓN MULTILATERAL			
CBC (Argentina, Chile y Brasil)	Viernes 12 de junio – Virtual	Reunión de la Comisión de Turismo y Cultura del Foro de los Territorios Subnacionales del CBC	Con puntos focales de Argentina, Chile y Brasil
CBC - BID	Viernes 28 de agosto – Virtual Presentación Diagnóstico y Avances proyectos de inversión	Participación en la reunión virtual de los Puntos Focales de las regiones de Tarapacá, Antofagasta, Jujuy y Salta.	

Nota: el jueves 2 de julio se realizó una convocatoria virtual a los municipios de Jujuy vinculados al Corredor, sin asistencia.

Fotografías

JUJUY

Figura 4. Reunión con el Secretario de Turismo de Jujuy



Figura 5. Reunión con la Agencia Provincial del Corredor Bioceánico de Capricornio y funcionarios de la Secretaría de Turismo de Jujuy



Figura 6. Reunión con el Presidente del Tren Solar de la Quebrada



Figura 7. Reunión con la Cámara de Turismo de Jujuy y otras cámaras y entidades sectoriales



Figura 8. Reunión con la Dirección de Turismo de la Municipalidad de San Salvador de Jujuy



Figura 9. Visita al Centro Cultural Lola Mora



SALTA

Figura 10. Reuniones en Salta con funcionarios de la Representación de Relaciones Internacionales y de la Secretaría de Turismo del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta



Figura 11. Reunión virtual con municipios y referentes de ONG desde la Representación de Relaciones Internacionales de Salta

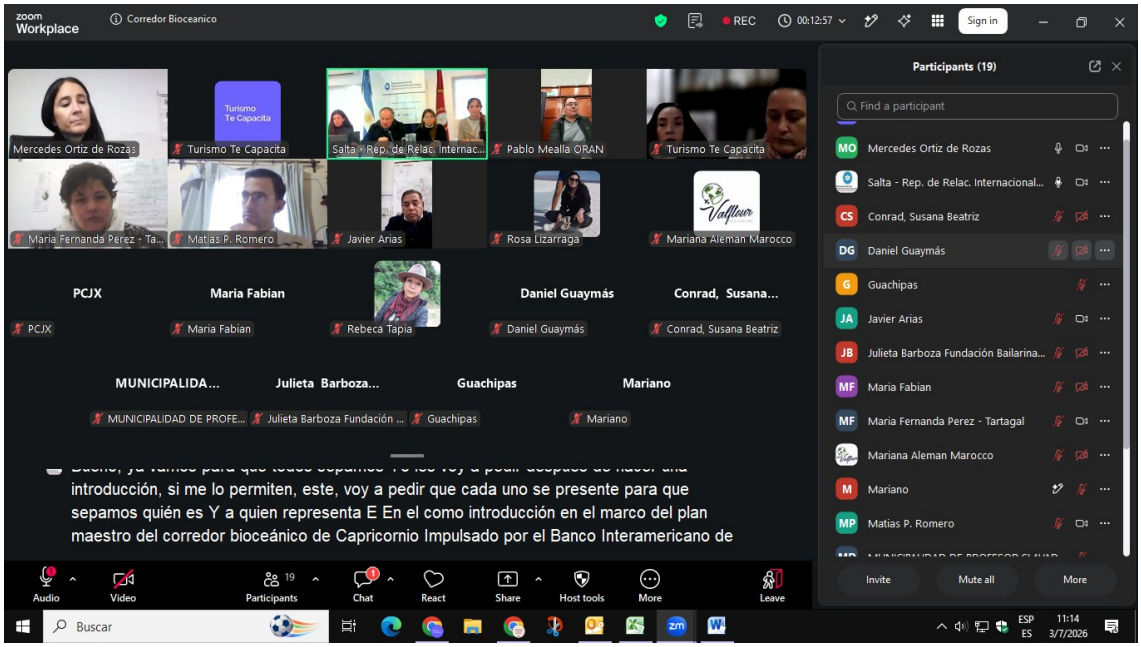




Figura 12. Reunión con la Cámara de Turismo de Salta y otras cámaras sectoriales

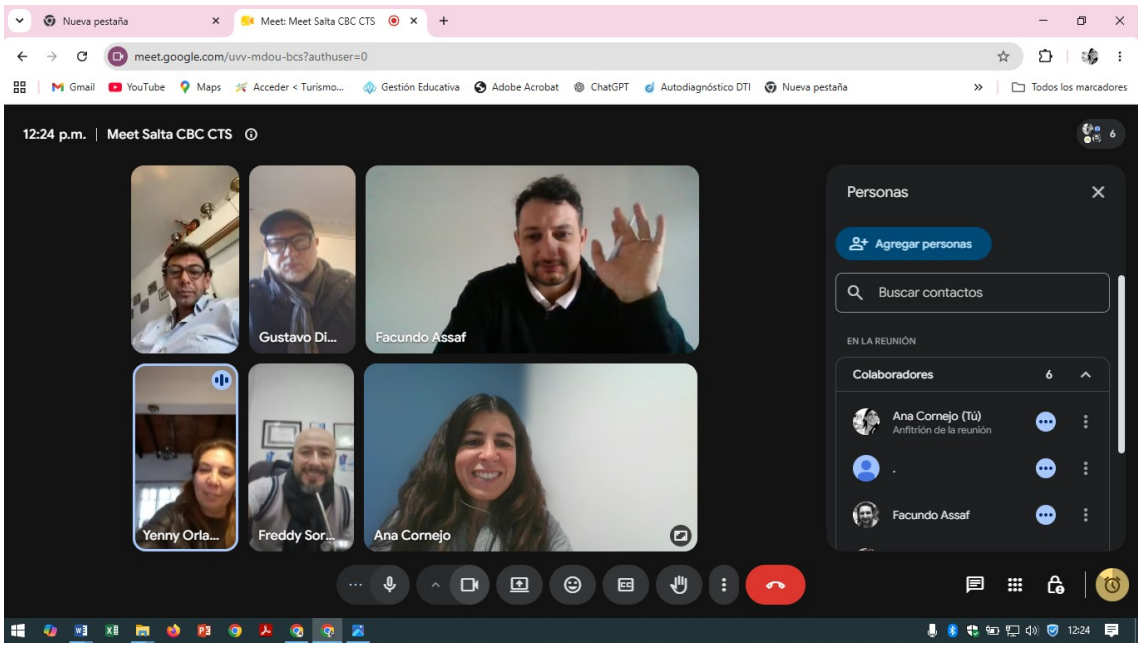


Figura 13. Reuniones en Salta con operadores turísticos



Figura 14. Reunión con el Coordinador del Ente de Turismo de la Ciudad de Salta



ANTOFAGASTA

Figura 15. Reunión virtual de inicio con los puntos focales de Antofagasta

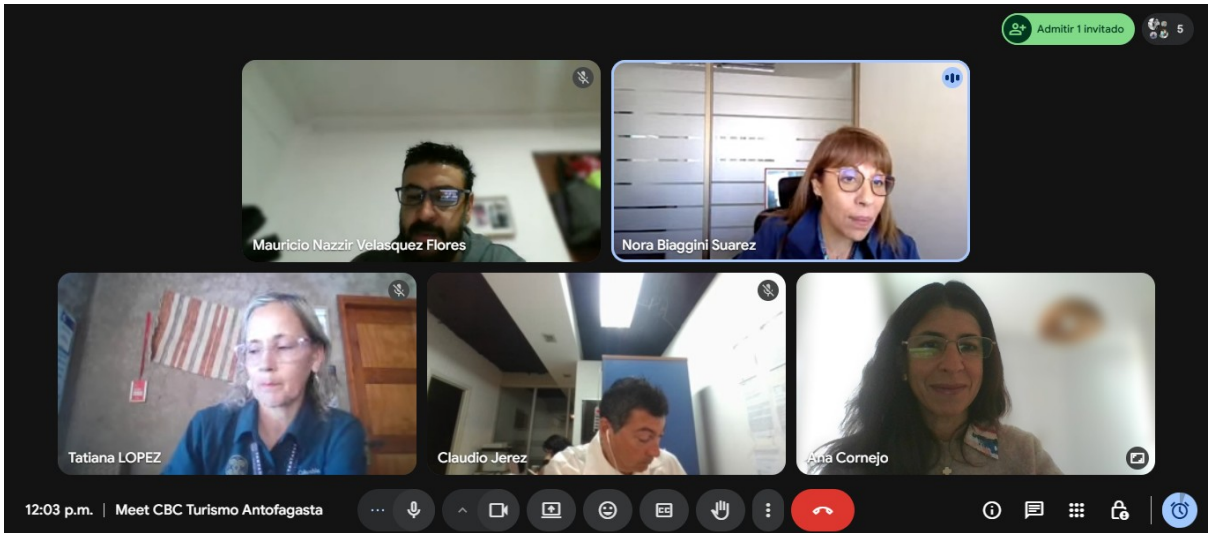


Figura 16. Reuniones presenciales en Antofagasta con la Unidad Regional de Asuntos Internacionales del Gobierno Regional de Antofagasta, la Dirección Regional de SERNATUR, municipios, servicios públicos y representantes del sector privado









Difusión institucional de las reuniones en Antofagasta:

https://www.instagram.com/reel/DZ5Q2-_FXes/

https://www.facebook.com/oficinadeturismomejillones/

Figura 17. Reunión con la Directora de Turismo de San Pedro de Atacama



Figura 18. Oferta de excursiones en agencias de viajes de San Pedro de Atacama



Figura 19. Postales de la Ciudad de Antofagasta y San Pedro de Atacama



Figura 20. Oficinas de Información Turística



TARAPACÁ

Figura 21. Reuniones presenciales en Iquique con la División de Fomento e Industria, DIFOI, del Gobierno Regional de Tarapacá y referentes del sector privado del turismo y de los servicios públicos



Figura 22. Oferta de excursiones en agencias de turismo de Iquique



Figura 23. Postales de Iquique y Pozo Almonte



PLAN MAESTRO REGIONAL DE INTEGRACIÓN Y DESARROLLO
DEL CORREDOR BIOCEÁNICO DE CAPRICORNIO

Estudio de Desarrollo Productivo

Turismo en Salta y Jujuy – Antofagasta y Tarapacá

Informe final

PROYECTO LIDERADO POR

COORDINADOR TÉCNICO Y FINANCIERO

BID

ENTIDAD EJECUTORA

Consultora

Ana Cornejo

CORREDOR BIOCEÁNICO DE CAPRICORNIO

NOVIEMBRE 2026

corredorbioceanico.org

Las opiniones expresadas en esta obra son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.