

**MENSAJE DE S.E. EL PRESIDENTE DE  
LA REPÚBLICA CON EL QUE INICIA UN  
PROYECTO DE LEY QUE CREA LA LEY  
DE REACTIVACIÓN DEL TURISMO Y EL  
FOMENTO A LA INDUSTRIA  
AUDIOVISUAL.**

---

**Santiago, 07 de mayo de 2024**

**M E N S A J E N° 059-372/**

**A S.E. LA  
PRESIDENTA  
DE LA H.  
CÁMARA DE  
DIPUTADAS Y  
DIPUTADOS**

Honorable Cámara de Diputadas y Diputados:

Tengo el honor de someter a vuestra consideración un proyecto de ley que crea la Ley de Reactivación del Turismo y el fomento a la industria audiovisual.

**I. ANTECEDENTES**

**1. Estado Actual del Sector y su Impacto Económico**

El turismo constituye una actividad estratégica para Chile por múltiples razones: ofrece grandes oportunidades para el desarrollo regional, genera empleo, redistribuye la riqueza en una amplia cadena de valor, genera ingresos de divisas y ofrece al país una alternativa de desarrollo sostenible de cara al futuro. Es, además, una actividad que produce múltiples sinergias con otros sectores, tales como la agricultura, servicios gastronómicos, el transporte, la pesca y la industria cultural y creativa.

Reflejando su importancia en el tejido económico y social, el turismo ha sido históricamente un pilar fundamental de la economía chilena, aportando un 3,5% del Producto Interno Bruto en 2019 y representando el 6,8% del empleo nacional en 2023 (620 mil personas ocupadas). Además, este sector, segundo en importancia en cuanto a exportaciones de servicios, destaca por su rol en la inclusión laboral de las mujeres, con una participación del 48,1% de ocupadas en las Actividades Características del Turismo, superior al 43% del total de la economía.

## **2. Impacto de la Pandemia**

La pandemia de COVID-19 afectó de forma significativa al sector turismo a nivel mundial y develó importantes fragilidades que repercuten en la estructura productiva del sector.

A pesar de que el turismo ha ido recuperando los niveles previos a la pandemia en muchos indicadores del sector, todavía se aprecia una brecha considerable en el turismo receptivo. Las llegadas de turistas extranjeros, al cierre del año 2023, registraron una disminución de 17,4% en relación con los niveles de 2019. Esto ha impactado a su vez en el número de ocupados, observándose durante 2023 una brecha de aproximadamente 50 mil personas ocupadas menos en relación con los niveles previos a la pandemia.

Por otra parte, si bien la pérdida de competitividad que ha tenido el turismo como sector económico en el mundo es parte de un diagnóstico común, esta situación se ve agudizada en el contexto nacional, observando que Chile se ha quedado rezagado en la recuperación turística internacional, mientras países como Colombia y Uruguay han logrado no solo recuperarse, sino incluso exceder sus cifras previas a la pandemia.

Este escenario pone de relieve la necesidad urgente de implementar políticas efectivas que impulsen la reactivación del sector y fortalezcan su capacidad para atraer turismo internacional.

## **II. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA**

A partir del contexto descrito, el presente proyecto de ley busca aumentar en más de un millón la entrada de turistas extranjeros a Chile por año.

Lograr este objetivo requiere, por un lado, fortalecer las actividades de promoción que permitan mostrar las virtudes turísticas chilenas al resto del mundo y, por otro lado, crear incentivos económicos que aumenten el atractivo de nuestro país.

Respecto a las actividades de promoción turística, el proyecto busca aumentar significativamente los recursos públicos destinados a este fin. La evidencia empírica muestra que la mayor inversión en promoción turística internacional genera efectos multiplicadores en la economía. Un mayor número de turistas aumenta el ingreso de divisas al país, las que se destinan principalmente al sector hotelero, gastronómico, comercio y transporte. Lo anterior permite aumentar el empleo y los ingresos de las empresas de este sector, lo que a su vez permite a dichos sectores destinar aún más recursos en mejorar el posicionamiento de Chile en el mundo.

El nivel de recursos actuales en promoción turística muestra que, a diferencia de países como Argentina, Perú, Australia y Canadá, que han destinado sumas considerables a la promoción turística, Chile ha mantenido una inversión más modesta. Los limitados recursos invertidos en promoción restringen la capacidad para atraer turistas extranjeros al país, lo que

a su vez afecta de manera negativa al desarrollo económico del sector e indirectamente, a todos los sectores relacionados al turismo.

Medidas de fomento al turismo han sido implementadas en países como Argentina, España, Austria y Japón, entre otros, mostrando resultados exitosos. Estos países utilizan instrumentos fiscales tales como tasas turísticas con el fin de alcanzar una variedad de propósitos, que abarcan la promoción turística, conservación del patrimonio, sostenibilidad y mejoras de infraestructura.

Adicionalmente, se busca fortalecer la participación del sector privado en el diseño de los planes y acciones de promoción turística internacional. Lo anterior permite que sea el Estado, expertos y actores privados que participan directamente en el sector turismo quienes, en conjunto, colaboren con un fin común: aumentar el atractivo turístico de Chile hacia al resto del mundo.

Respecto a los incentivos económicos que aumentan el atractivo turístico, se busca incentivar al gasto en bienes muebles de los turistas, generando una devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) de ciertos bienes adquiridos en territorio nacional. Este tipo de medidas han sido implementadas en países como los de la Unión Europea, Inglaterra, Uruguay, Bahamas, entre otros. Por ejemplo, en Bahamas, el valor de las compras *tax-free* superó el 5% de las exportaciones totales de los visitantes en 2017. En el caso de Inglaterra, el cese del esquema de compras *tax-free* resultó en una pérdida de £10.7 mil millones de libras esterlinas en PIB y 2 millones de turistas extranjeros por año, según un informe del *Centre for Economics and Business Research (2023)*. Se espera que esta política fortalezca tanto el comercio

minorista como la economía local en su conjunto, además de equiparar las condiciones del sector con el resto de las exportaciones.

Finalmente, se busca incentivar un sector que contribuye directa e indirectamente a mejorar el atractivo turístico de Chile: la industria audiovisual. La mayor atracción de producciones audiovisuales extranjeras tiene múltiples beneficios: aumenta el ingreso de divisas durante el rodaje, contribuye a mostrar el patrimonio natural y cultural de nuestro país al resto del mundo, y transfiere experiencia y conocimiento a la industria audiovisual local.

Pese a la calidad de las producciones nacionales, con dos premios Oscar ganados por producciones cinematográficas, Chile no se encuentra dentro de los principales países de nuestra región en que se ha desarrollado este sector. La experiencia demuestra que, en aquellos países latinoamericanos en que se ha desarrollado el sector audiovisual con éxito, se ha requerido de incentivos adecuados que permitan una colaboración productiva entre la industria audiovisual local y la extranjera. Ejemplos virtuosos de estos mecanismos —de muy distinta naturaleza— son los casos de Argentina, Colombia, México y Uruguay.

Nueva Zelanda también es una referencia de cómo el sector audiovisual ha contribuido al atractivo turístico del país. El rodaje de grandes largometrajes en dicho país con presupuestos cercanos a 280 millones de dólares, han generado que los lugares donde fueron filmados los largometrajes se transformen en atractivos turísticos.

### **III. CONTENIDO DEL PROYECTO**

El proyecto de ley consta de 17 artículos permanentes, además de las disposiciones transitorias necesarias para su correcta implementación.

#### **1. Devolución del IVA a turistas extranjeros**

El proyecto, en su Título I, propone que las personas no residentes que ingresen al país con fines turísticos tendrán derecho a la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) soportado con ocasión de la adquisición de bienes muebles en el comercio local, con la intención de utilizar o consumirlos fuera del país. El monto total devuelto será igual al IVA soportado por dichos bienes, menos los costos de administración del servicio de devolución. La operación de la devolución podrá ser adjudicada a privados mediante licitación pública.

Para que las compras gocen de este beneficio, estas en su conjunto deberán superar el equivalente en pesos chilenos a 3 Unidades de Fomento.

Este beneficio se aplicará únicamente a las compras de bienes que la persona no residente en calidad de visitante pueda llevar en su equipaje al abandonar el país a través de los pasos fronterizos habilitados para estos efectos. El peso total de los bienes por los cuales se solicita la devolución no puede ser superior a 23 Kg.

La persona no residente en calidad de visitante deberá demostrar mediante documentos tributarios el valor del IVA efectivamente pagado en las compras de estos bienes. Asimismo, deberá presentar su pasaporte extranjero o documento de identificación, junto con los boletos de

salida u otros documentos similares que acrediten su salida del país.

Para estos efectos, se considerará persona no residente en calidad de visitante a cualquier persona que, teniendo su residencia habitual en otro país, ingrese al territorio chileno con fines turísticos, de negocios o de estudio. No se considerarán personas no residentes en calidad de visitantes a aquellas personas que posean pasaportes extranjeros emitidos en Chile.

**2. Aumento de los recursos públicos para promoción turística internacional, financiado con nueva tasa de alojamiento**

Con el objetivo de financiar de manera fiscalmente responsable la mayor promoción turística, en el Título II del proyecto se propone la implementación de un impuesto denominado tasa de turismo, correspondiente a un 1,25% sobre el precio por noche que se cobre a turistas extranjeros que pernocten en establecimientos de alojamiento turístico (EAT), o en arrendamientos de corto plazo incluyendo los servicios de alojamiento contratados a través de plataformas digitales.

El sujeto pasivo de este impuesto será el turista extranjero, sin perjuicio de lo cual será responsabilidad del establecimiento de alojamiento retener, declarar y enterar al fisco estos montos. Cuando el pago del hospedaje sea realizado a través de intermediarios por medio de plataformas digitales, será responsabilidad de dichos intermediarios retener y pagar el impuesto mencionado.

### **3. Devolución de IVA por los servicios contratados en territorio nacional por empresas de producción audiovisual no residentes**

En el Título III del proyecto se establece que las empresas no residentes que realicen proyectos de producción audiovisual en territorio nacional, tales como, películas, series, documentales, videos publicitarios y programas de televisión grabados, tendrán derecho a solicitar la devolución del IVA por los servicios contratados en territorio nacional.

Con el objetivo de facilitar la operatividad de la devolución de IVA a los no residentes, se creará un Registro de Productores Audiovisuales Nacionales cuya elaboración, publicación y actualización estará a cargo del Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio. La empresa de producción audiovisual no residente tendrá la opción de centralizar el total o parte de sus servicios contratados en territorio nacional a través de una de las empresas del registro. Para efectos de este contexto, los servicios contratados a través de empresas del registro serán considerados como servicios de exportación, quedando así exentos del pago de IVA.

### **4. Del Fondo de Promoción Turística Internacional**

El Título IV crea el Fondo de Promoción Turística Internacional, cuyo objeto será el financiamiento de acciones de promoción turística de Chile en el extranjero, esto es, acciones que tengan por objeto aumentar el número de turistas extranjeros que visiten Chile.

La administración del Fondo corresponderá al Ministerio de Economía,

Fomento y Turismo, y la aplicación de los recursos del Fondo se efectuará a través de asignaciones al Servicio Nacional de Turismo.

## **5. Otras modificaciones**

El proyecto en su Título V modifica diversos cuerpos legales con el objetivo de fortalecer la institucionalidad encargada de diseñar los planes y acciones relacionadas a la promoción turística internacional. Se crea la Comisión de Promoción Turística Internacional, instancia encargada de proponer a la Subsecretaría de Turismo el Plan de Marketing Internacional, cuyo propósito es posicionar a Chile como destino turístico. El proyecto también reconoce legalmente y fortalece los Comités de Mercado, órganos colaboradores de carácter público-privado encargados de proponer al Servicio Nacional de Turismo las acciones específicas de promoción en los mercados priorizados por el Plan de Marketing Internacional. En consecuencia, los recursos públicos destinados a promoción turística internacional serán ejecutados en base a los lineamientos y acciones elaboradas en instancias de participación público-privada.

## **6. Disposiciones transitorias**

En los artículos transitorios se establecen los plazos y fechas de la entrada en vigencia de las normas y los actos administrativos necesarios para la adecuada implementación de las medidas del proyecto.

En particular, respecto del Fondo de Promoción Turística Internacional, el artículo tercero transitorio dispone un aporte por 5 años que se compondrá de un componente base anual de 11.016 Unidades Tributarias Anuales, más un aporte variable

dependiente de la cantidad de turistas extranjeros que visiten Chile durante el año anterior.

En mérito de lo anteriormente expuesto, someto a vuestra consideración el siguiente

**P R O Y E C T O   D E   L E Y:**

**"TÍTULO I**

**Sistema de devolución del Impuesto Al Valor Agregado a  
turistas no domiciliados ni residentes en Chile**

**Artículo 1.-** Las personas sin domicilio ni residencia en Chile tendrán derecho a solicitar la devolución del Impuesto al Valor Agregado, dispuesto en la Ley de Impuesto a las Ventas y Servicios, contenido en el artículo 1° del decreto ley N°825 de 1974, recargado sobre la adquisición de bienes corporales muebles, que hubieran realizado con ocasión de su ingreso al país y siempre que tales bienes estén destinados a ser utilizados o consumidos fuera del territorio chileno.

Para efectos de la presente ley se considerará como turista extranjero a las personas sin domicilio ni residencia en Chile, que ingresen al país con fines exclusivamente turísticos.

La devolución a la que se refiere el inciso primero se aplicará sobre los bienes corporales muebles adquiridos en el país para consumo o utilización personal. No aplicará la devolución respecto a bienes utilizados principalmente como insumos en procesos productivos y el peso conjunto de los bienes no podrá ser superior a 23 kilogramos.

Adicionalmente, los bienes respecto de los cuales se podrá solicitar la devolución de IVA serán aquellos que el turista extranjero lleve consigo en su equipaje al momento de abandonar el territorio chileno. El equipaje deberá ser transportado en el mismo medio en que viaja el turista extranjero.

Un reglamento emitido por el Ministerio de Hacienda regulará las características de los bienes corporales que cumplen con los requisitos para acceder a la devolución establecida en el presente artículo. Los establecimientos que comercialicen los bienes señalados en el reglamento podrán publicar avisos o informar a sus clientes que los productos adquiridos en dicho establecimiento dan derecho a solicitar la devolución.

**Artículo 2.-** Para tener derecho a la devolución establecida en el presente título, el valor de las compras realizadas por el turista extranjero, respecto de los bienes indicados en el artículo anterior, deberán superar en su conjunto 3 unidades de fomento.

El monto máximo de devolución respecto de un bien determinado será aquel que resulte de la diferencia entre el Impuesto al Valor Agregado soportado por el turista extranjero y el costo de administración del sistema de devolución contenido en el presente título.

La solicitud deberá ser presentada ante el Servicio de Impuestos Internos, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4. Al momento de realizar la solicitud el turista extranjero deberá presentar lo siguiente:

**a)** Exhibir los documentos tributarios, válidamente emitidos, que dan cuenta del valor del Impuesto al Valor Agregado soportado en las compras de los bienes. Asimismo, cuando la compra sea pagada con tarjeta de crédito, esta última debe estar emitida en el extranjero y estar asociada a una persona natural.

**b)** Presentar su pasaporte o documento de identificación, el que deberá haber sido expedido por el país donde reside o se encuentra domiciliado.

**c)** Acreditar que abandona el país. Para estos efectos el turista extranjero podrá presentar el ticket aéreo o terrestre con fecha del mismo día en que se efectúa la solicitud u otro formulario requerido por la autoridad que dé cuenta que se abandonará el país dentro del mismo día.

El Servicio de Impuestos Internos, mediante resolución, establecerá los requisitos que los establecimientos comerciales deberán cumplir para la emisión de los documentos tributarios en virtud de lo dispuesto en el

presente artículo. Asimismo, establecerá el formato del formulario para presentar la solicitud y los procedimientos que permitan la validación de la identidad del solicitante y su condición de turista extranjero.

**Artículo 3.-** El turista extranjero podrá pedir la devolución en los pasos fronterizos que se dispongan de acuerdo con el reglamento señalado en el artículo 1 de esta ley.

**Artículo 4.-** La devolución estará a cargo del Servicio de Impuestos Internos. Sin perjuicio de lo anterior, el Servicio podrá, mediante licitación pública, encargar que la devolución sea implementada por un tercero, quien deberá acreditar la experiencia y capacidad operativa y financiera para realizar las funciones licitadas.

Sin perjuicio de las obligaciones que se establezcan en el proceso de licitación pública, el tercero que se adjudique la operación deberá siempre verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en los artículos 1 y 2 anteriores y entregar, según la periodicidad que se determine, información sobre el monto de las devoluciones efectuadas, la identificación del solicitante, así como toda otra información complementaria que disponga el Servicio de Impuestos Internos.

## **Título II**

### **Tasa de Turismo**

**Artículo 5.-** Las personas sin domicilio ni residencia en Chile estarán sujetas a un impuesto denominado tasa de turismo, que se aplicará sobre la tarifa sin Impuesto al Valor Agregado, por el hospedaje en hoteles, apart-hoteles, hosterías, residenciales, cabañas, casas particulares destinadas al hospedaje y cualquier otro establecimiento que preste servicios de alojamiento, ubicados dentro del territorio nacional. La tasa del impuesto será de 1,25%.

**Artículo 6.-** El establecimiento que preste el servicio de hospedaje será el obligado a recargar y retener el impuesto establecido en el artículo anterior. Para estos efectos este impuesto se deberá identificar de forma separada en el documento tributario correspondiente, del monto cobrado por el servicio de hospedaje y de otros impuestos que pudieran aplicar.

Asimismo, mensualmente, el establecimiento deberá declarar y enterar en arcas fiscales el impuesto retenido en la forma y plazo que establezca el Servicio de Impuestos Internos, mediante resolución.

La no presentación de la declaración, su presentación extemporánea, incompleta o errónea será sancionada con la multa establecida en el número 2° del artículo 97 del Código Tributario, la que se aplicará conforme al procedimiento del artículo 165 del mismo texto legal.

**Artículo 7.-** No aplicará lo dispuesto en el artículo anterior cuando el pago por el servicio de hospedaje se realice por medio de una plataforma digital intermediaria, en cuyo caso será el operador de esta plataforma el encargado de recargar retener, declarar y pagar el impuesto establecido en el inciso primero. Para estos efectos, el operador de la plataforma se podrá sujetar al régimen simplificado del párrafo 7 bis de la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios, contenida en el artículo 1° del decreto ley N°825 de 1974.

En estos casos el operador de la plataforma digital deberá identificar clara y separadamente este impuesto respecto de otros impuestos aplicables al servicio.

Con todo, el establecimiento que preste el servicio de hospedaje será solidariamente responsable por el pago del impuesto respecto de las operaciones que se realicen por intermedio de una plataforma digital.

**Artículo 8.-** Corresponderá al Servicio de Impuestos Internos la aplicación y fiscalización del impuesto establecido en este título, así como la interpretación de sus disposiciones. Asimismo, podrá impartir instrucciones y dictar órdenes al efecto, conforme al artículo 6 del Código Tributario.

### **Título III**

#### **Tratamiento tributario especial para contribuyentes no domiciliados ni residentes en Chile que desarrollen proyectos audiovisuales en Chile**

**Artículo 9.-** Los productores audiovisuales sin domicilio ni residencia en Chile que realicen proyectos audiovisuales total o parcialmente en territorio chileno tendrán derecho a solicitar la devolución del Impuesto al Valor Agregado, contenido en la Ley de Impuesto a las Ventas y Servicios, contenido en el artículo 1° del decreto ley N°825 de 1974, que

se les hubiere recargado en la adquisición de bienes o en la utilización de servicios destinados al desarrollo o realización del proyecto audiovisual.

Asimismo, los servicios prestados por un prestador principal de servicios relacionados a la industria audiovisual a productores audiovisuales no domiciliados ni residentes en Chile se considerarán, para efectos de esta ley y siempre que cumplan con los requisitos establecidos en los artículos siguientes, como servicios de exportación.

La devolución señalada en el inciso primero será procedente sólo respecto de la adquisición de servicios o bienes cuyo financiamiento no provenga de aportes efectuados por organismos públicos.

**Artículo 10.-** Para los efectos del presente título, se entenderá:

1) Por "productor audiovisual extranjero", toda persona natural o jurídica sin residencia ni domicilio en Chile, responsable de la realización de un proyecto audiovisual.

2) Por "proyectos audiovisuales", obra o creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización, fijadas o grabadas en cualquier soporte, destinada a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación o de difusión de la imagen y del sonido, tales como películas, productos seriados, videos publicitarios o programas de televisión grabados. Además, los gastos totales realizados por este tipo de proyectos en territorio nacional no podrán ser inferiores a 25.000 dólares de Estados Unidos de América.

3) Por "prestador principal de servicios relacionados a la industria audiovisual", la persona jurídica domiciliada o residente en Chile cuyo principal objeto sea la prestación de servicios relacionados o utilizados en la preproducción, producción o desarrollo de proyectos audiovisuales, servicios de rodaje o postproducción o cualquier servicio conexo o relacionado a la realización del proyecto audiovisual y respecto del cual un productor audiovisual extranjero decida centralizar, todo o parte de la contratación de servicios relacionados al desarrollo del proyecto audiovisual.

4) Por "prestador de servicios relacionados a la industria audiovisual", contribuyente residente o domiciliado en Chile que presta servicios para la realización o desarrollo de una obra o proyecto audiovisual.

**Artículo 11.-** Las remuneraciones por los servicios prestados a productores audiovisuales extranjeros por un prestador principal de servicios relacionados a la industria audiovisual para el desarrollo o realización de proyectos audiovisuales serán considerados como servicios de exportación sin requerir calificación previa del Servicio Nacional de Aduanas. Para estos efectos, el prestador principal de servicios relacionados a la industria audiovisual deberá estar inscrito en el Registro señalado en el artículo 13.

**Artículo 12.-** Los prestadores principales de servicios que se encuentren inscritos en el Registro señalado en artículo 13 y los productores audiovisuales sin domicilio ni residencia en Chile señalados en el artículo 9, tendrán derecho a recuperar el Impuesto al Valor Agregado que se les hubiere recargado en la adquisición de bienes o servicios destinados a su actividad de prestación de servicios de exportación de acuerdo con el artículo anterior. Para estos efectos deberán presentar una solicitud ante el Servicio de Impuestos Internos en la forma que éste establezca por resolución.

El Servicio de Impuestos Internos podrá disponer de una fiscalización previa de todo o parte de las operaciones que fundan la solicitud, debiendo requerir los antecedentes que considere necesarios, para el desarrollo de la fiscalización, dentro del plazo de 15 días desde recibida la solicitud.

Dentro del plazo de 30 días desde la fecha en que se hubiere presentado la solicitud o se hubieren presentado todos los antecedentes requeridos, según el inciso anterior, el Servicio de Impuestos Internos resolverá si autoriza o deniega la solicitud. Si transcurre el plazo sin mediar resolución del Servicio de Impuestos Internos, se entenderá aprobada la solicitud de devolución. La resolución que deniegue en todo o parte la solicitud podrá ser objeto del recurso de reposición administrativa voluntaria, establecido en el artículo 123 bis y del reclamo establecido en el artículo 124 del Código Tributario.

Lo dispuesto en este artículo es sin perjuicio de las actuaciones de fiscalización que pueda llevar a cabo el Servicio de Impuestos Internos en conformidad con sus atribuciones legales, dentro de los plazos legales de prescripción.

En caso que el contribuyente perciba una cantidad mayor a la que en derecho corresponda deberá reintegrar la parte indebidamente percibida, reajustada conforme al inciso primero del artículo 53 del Código Tributario, más los recargos legales que correspondan.

**Artículo 13.-** El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio deberá administrar, publicar, actualizar y gestionar el Registro de prestadores de servicios relacionados a la ejecución de un proyecto audiovisual.

Para inscribirse en este registro, los contribuyentes deberán presentar una solicitud ante el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. El Ministerio deberá pronunciarse sobre la solicitud en un plazo de sesenta días, contado desde la fecha en que se reciban todos los antecedentes necesarios para verificar el cumplimiento de los requisitos señalados. Si no lo hiciera al término de dicho plazo, la solicitud del contribuyente se entenderá aprobada y dicho Ministerio deberá, sin más trámite, proceder a la emisión de una resolución en que se otorgue la inscripción, dentro del plazo de cinco días hábiles contado desde la fecha en que venció el plazo de sesenta días mencionado.

Un reglamento dictado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, establecerá los requisitos que los contribuyentes deberán cumplir para la inscripción en el registro señalado en el presente artículo, así como la forma y procedimiento para presentar la solicitud.

**Artículo 14.-** En lo no previsto en la presente ley serán aplicables, según corresponda, las disposiciones del Código Tributario y respecto de las disposiciones del Título II aquellas que regulan el procedimiento simplificado al que se refiere el párrafo 7 bis de la Ley de Impuesto a las Ventas y Servicios.

**Título IV**  
**Fondo de Promoción Turística Internacional**

**Artículo 15.-** Créase un Fondo de Promoción Turística Internacional, en adelante "el Fondo", cuyo objeto será el financiamiento de acciones de promoción turística de Chile en el extranjero, esto es, acciones que tengan por objeto aumentar el número de turistas extranjeros que visiten Chile.

El Fondo estará formado por los aportes que se consulten anualmente en la Ley de Presupuestos del Sector Público, los aportes provenientes de activos disponibles del Tesoro Público y los que otras leyes dispongan.

**Artículo 16.-** La administración del Fondo corresponderá al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

Un reglamento expedido mediante decreto del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo suscrito por el Ministro o Ministra de Hacienda, determinará los lineamientos que regirán las acciones de atracción de turismo receptivo que se financiarán con recursos del Fondo.

La aplicación de los recursos del Fondo se efectuará a través de asignaciones al Servicio Nacional de Turismo debiendo reconocerse presupuestariamente los gastos que efectúe de acuerdo a su naturaleza. Para estos efectos, el Servicio Nacional de Turismo deberá, de acuerdo con las normas que se dicten conforme al inciso primero de este artículo, efectuar solicitudes específicas de asignaciones de recursos, las que ingresarán a su presupuesto, de acuerdo con lo establecido en el artículo 21 del decreto ley N° 1.263, de 1975.

Los decretos que contengan las modificaciones presupuestarias para la aplicación de los recursos, conforme lo dispuesto en el inciso anterior, podrán contener la regulación específica que pudiere requerir la implementación de las respectivas acciones e iniciativas.

Anualmente el Ministerio de Economía deberá publicar un informe sobre las acciones financiadas con cargo a los recursos del Fondo, el que deberá remitir a la Dirección de Presupuestos. Lo anterior sin perjuicio de las atribuciones y facultades de la Contraloría General de la República.

**Título V**  
**Modificaciones a otras leyes**

**Artículo 17.-** Sustitúyese el Párrafo 2° del Título VI de la ley N° 20.423 del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo, por el siguiente:

"Párrafo 2°

De la Comisión de Promoción Turística Internacional y los  
Comités de Mercado

Artículo 23.- Créase la Comisión de Promoción Turística Internacional, en adelante y para los efectos de esta ley "la Comisión", cuyo objeto primordial será proponer a la Subsecretaría de Turismo, para su aprobación, el Plan de Marketing Internacional, según se establece en el artículo 28.

La Subsecretaría de Turismo dictará los actos administrativos necesarios para la aprobación del Plan.

Artículo 24.- La Comisión será presidida por el Subsecretario o Subsecretaria de Turismo e integrada, además, por:

1. El Director o Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo;

2. Un directivo o directiva superior de los siguientes organismos públicos:

a. La Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales;

b. El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio;

c. La Subsecretaría de Desarrollo Regional;

d. La Corporación de Fomento de la Producción.

3. Dos representantes de corporaciones y/o fundaciones presididas por autoridades o funcionarios públicos, que estén relacionadas directa o indirectamente con la promoción del Turismo, que designe el Presidente de la República mediante decreto supremo.

Además, estará integrada por ocho representantes del sector privado, incluyendo a entidades

gremiales conformadas por empresas del sector turismo o por corporaciones, fundaciones de derecho privado y/o cooperativas cuyo objeto sea el fomento y desarrollo de la actividad turística. Al menos uno de ellos deberá representar los intereses de los prestadores de servicio de alojamiento turístico, y al menos cuatro deberán ser entidades de carácter regional que agrupen a empresas que desarrollan sus actividades en el sector del turismo, las que deberán tener su domicilio en alguna región distinta de la Metropolitana.

Artículo 24 bis.- Los representantes de los órganos públicos señalados en el numeral 3 del inciso primero del artículo anterior serán nombrados por el Presidente o Presidenta de la República y permanecerán en la Comisión mientras estén en el ejercicio del cargo.

Los representantes del sector privado señalados en el inciso segundo del artículo anterior serán designados por el Ministro o la Ministra de Economía, Fomento y Turismo mediante resolución, de entre una nómina pública elaborada por el Subsecretario o Subsecretaria de Turismo, de entidades que cumplan los requisitos para integrar la Comisión. Cualquier representante del sector privado deberá tener la oportunidad de solicitar que se le incluya en dicha nómina.

Un reglamento dictado por intermedio del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo determinará el procedimiento mediante el cual se realizará la designación señalada en el inciso anterior, la duración en el cargo de los integrantes de la Comisión, y las demás materias relativas al funcionamiento de la Comisión y de los Comités de Mercado que se señalan en el artículo 28 de la presente ley.

Los integrantes de la Comisión deberán cumplir con los estándares de probidad exigidos a los funcionarios de la Administración Pública en conformidad con el Título III de la ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado. La Comisión podrá exigir a sus representantes públicos y privados que acrediten el cumplimiento de este estándar, en la forma que establezca el reglamento.

Artículo 24 ter. Los integrantes de la Comisión cesarán en su cargo por las siguientes causales:

- a. Expiración del plazo por el que hayan sido nombrados.
- b. Ausencia o impedimento para ejercer el cargo en forma definitiva, calificado por la Comisión.
- c. Renuncia aceptada por el presidente de la Comisión.

Adicionalmente, los integrantes de la Comisión señalados en el inciso segundo del artículo 24 cesarán en su cargo por la pérdida de la calidad de integrante de la organización que lo haya propuesto.

Artículo 25.- La Comisión celebrará sus sesiones ordinarias a lo menos trimestralmente, cuando las convoque su Presidente o Presidenta o a solicitud de la mayoría de los miembros. La Comisión deberá acordar la propuesta del Plan de Marketing Internacional a ser presentado ante la Subsecretaría de Turismo, en una sesión extraordinaria, previa convocatoria de su Presidente o Presidenta. Lo mismo regirá para las propuestas de modificaciones que haga respecto del Plan.

Tratándose de sesiones ordinarias, el quórum para sesionar será de la mayoría simple de sus integrantes, y para adoptar acuerdos, la mayoría simple de los asistentes con derecho a voto. Tratándose de citaciones extraordinarias, el quórum para sesionar será de las dos terceras partes de sus integrantes, debiendo además estar presente la mayoría simple de los representantes del sector público establecidos en el inciso primero del artículo 24, mientras que para la adopción de acuerdos se requerirá la mayoría absoluta de los asistentes con derecho a voto. En caso de empate, decidirá el voto del Presidente o Presidenta.

Artículo 26.- Las entidades a que se refiere el inciso segundo del artículo 24 deberán estar constituidas de conformidad a la normativa vigente. La Subsecretaría podrá requerir al organismo que corresponda la información necesaria de tales entidades gremiales, corporaciones, fundaciones o cooperativas con el objeto de elaborar y mantener un catastro de ellas.

Artículo 27.- La Comisión tendrá las siguientes funciones:

- 1) Presentar a la Subsecretaría de Turismo para su aprobación el Plan de Marketing Internacional y evaluar periódicamente su ejecución y aplicación.

2) Proponer modificaciones a dicho plan, las que en ningún caso podrán extender su plazo de vigencia.

3) Recibir información del estado de avance de las acciones específicas de promoción aprobadas por el Director o Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo.

4) Proponer al Servicio Nacional de Turismo los Comités de Mercado que deberán conformarse para ejecutar el Plan de Marketing Internacional.

5) Proponer a los integrantes del sector privado de cada uno de los Comités de Mercado, en base a la recomendación que hagan los miembros de la Comisión señalados en el inciso segundo del artículo 24 de la presente ley.

6) Fijar el marco de distribución presupuestaria de la inversión en promoción turística internacional respecto cada uno de los mercados priorizados en el Plan de Marketing Internacional.

7) Cumplir las demás funciones que le encomiende la ley.

Artículo 28.- El Plan de Marketing Internacional tendrá una duración de 4 años, y deberá contener, a lo menos, un análisis de la situación del turismo internacional y de Chile como destino turístico, un diagnóstico de la promoción turística; un análisis comparativo de las políticas de promoción y estadísticas de otros países competidores; definición de los pilares estratégicos; objetivos del plan, tanto general como específicos, en función del alcance y temporalidad del mismo; los mercados priorizados para la promoción internacional; un plan de acción con presupuesto asociado en función de su alcance y temporalidad; una definición de metas e indicadores para su medición; y, acciones de difusión del plan. Este documento será publicado en la página web del Servicio Nacional de Turismo y de la Subsecretaría de Turismo.

Para la elaboración de la propuesta del Plan de Marketing Internacional, la Comisión contará con el apoyo técnico del Servicio Nacional de Turismo, quien le presentará un anteproyecto del Plan, considerando la opinión de gremios del turismo nacionales y regionales, a través de procesos participativos, en la forma que establezca el reglamento.

Artículo 29.- El Servicio Nacional de Turismo será el organismo responsable de implementar las acciones específicas por mercado para la ejecución del Plan de marketing Internacional, aprobadas por su Director o Directora Nacional. Podrá llevarlas a cabo a través o con la colaboración de entidades del sector privado.

Artículo 29 bis.- Para el diseño y elaboración de las acciones específicas que ejecuten el Plan de Marketing aprobado por la Subsecretaría de Turismo, el Servicio Nacional de Turismo podrá convocar a Comités de Mercado.

Los Comités de Mercado son órganos colaboradores del Servicio Nacional de Turismo cuyo objeto es proponer al Director o Directora las acciones específicas de promoción en los mercados priorizados por el Plan de Marketing Internacional.

Los Comités de Mercado estarán integrados por ocho miembros. Cuatro de ellos serán funcionarios o funcionarias del Servicio Nacional de Turismo, funcionarios y funcionarias de otros servicios públicos y/o por representantes de corporaciones o fundaciones presididas por autoridades o funcionarios públicos, que estén relacionadas directa o indirectamente con la promoción del Turismo, que designe el Director o Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo, conforme al procedimiento establecido en el reglamento.

Los restantes cuatro miembros serán expertos en promoción y/o marketing nombrados por el Servicio Nacional de Turismo a propuesta de la Comisión, en base a la recomendación que al respecto hagan los integrantes del sector privado de esta última.

Las acciones específicas propuestas por los Comités de Mercado deberán ser aprobadas por el Director o la Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo. La denegación de una o más acciones propuestas por los Comités de Mercado por parte del Director o la Directora del Servicio Nacional de Turismo deberá ser fundada, y el Comité deberá reformular su propuesta. Si la nueva propuesta es rechazada, el Servicio Nacional de Turismo estará habilitado para ejecutar las acciones aprobadas en el año presupuestario inmediatamente anterior, u otras que el Director o Directora determine.

Con todo, se deberá incentivar la participación del sector privado en las acciones de promoción y en la difusión de los destinos y productos estratégicos para el desarrollo del turismo.

Artículo 29 ter.- Autorízase a los gobiernos regionales para que, en el ejercicio de la facultad conferida por el artículo 100 de la ley N° 19.175, Orgánica Constitucional sobre Gobierno y Administración Regional, constituyan instancias público-privadas orientadas a promover y desarrollar las actividades vinculadas al turismo en la respectiva región. En ellas podrán participar, entre otros, los órganos descentralizados o desconcentrados territorialmente de las entidades a que se refiere el inciso primero del artículo 24 de la presente ley y los secretarios regionales ministeriales de Economía, Fomento y Turismo.”.

#### **ARTÍCULOS TRANSITORIOS**

**Artículo primero transitorio.-** Las disposiciones establecidas en el Título I entrarán en vigencia a contar del 1 de enero de 2026, pudiendo solicitarse devoluciones asociadas a compras que ocurran a contar de dicha fecha. En caso de que proceda lo dispuesto en el artículo 4, la adjudicación de la operación deberá realizarse con al menos 6 meses de anterioridad a la entrada en vigencia establecida en el presente artículo.

**Artículo segundo transitorio.-** Los Títulos II y III de esta ley entrarán en vigencia a contar del primero de enero del año siguiente a la publicación de la ley.

La resolución a que se refiere el artículo 6 del Título II, deberá ser emitida dentro del plazo de tres meses desde la publicación de esta ley.

El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio deberá dictar, dentro de los seis meses desde la publicación de la ley, el o los decretos que precisen las características de los prestadores de servicios relacionados con la industria audiovisual, así como la forma y procedimiento en que deberán presentarse los antecedentes que deban acompañarse para efectuar el análisis de la solicitud para inscribirse en el Registro de prestadores de servicios relacionados a la ejecución de un proyecto audiovisual dispuesto por el artículo 13 del Título III.

**Artículo tercero transitorio.-** A partir del primer año presupuestario desde la publicación de esta ley y por los cuatro años siguientes, el Fondo de Promoción Turística Internacional establecido en el Título IV recibirá un aporte base de 11.016 Unidades Tributarias Anuales (UTA), más un aporte variable que equivale al resultado de la siguiente fórmula:

$$Av, t=0, 00225*5.000.000*(1+ \Delta T_{t-1})$$

Donde,

- $Av, t$  equivale al aporte variable al fondo en Unidades Tributarias Anuales
- $\Delta T_{t-1} = \frac{T_{t-1}-5.000.000}{5.000.000}$
- $T_{t-1}$  corresponde a la cantidad de turistas extranjeros en el período de doce meses más reciente para el cual se disponga de información.

La determinación de  $T_{t-1}$  la realizará el Ministerio de Hacienda, utilizando una metodología pública y transparente, elaborada para estos efectos conjuntamente por la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo y publicada mediante resolución de la primera, en base a los datos de ingresos de turistas extranjeros proporcionados por la Policía de Investigaciones de Chile, en el periodo correspondiente. Sin perjuicio de lo anterior, el Ministerio de Hacienda podrá solicitar a la Policía de Investigaciones la información que requiera sobre ingreso de turistas extranjeros en el período correspondiente.

**Artículo cuarto transitorio.-** Las normas dispuestas en el Título V para el funcionamiento de la Comisión de Promoción Turística Internacional y los Comités de Mercado entrarán en vigencia el primero de enero del año siguiente a su publicación en el Diario Oficial. Dentro del mismo plazo deberá dictarse el reglamento.”.

Dios guarde a V.E.,

**GABRIEL BORIC FONT**  
Presidente de la República

**MARIO MARCEL CULLELL**  
Ministro de Hacienda

**NICOLÁS GRAU VELOSO**  
Ministro de Economía,  
Fomento y Turismo

**CAROLINA ARREDONDO MARZÁN**  
Ministra de las Culturas  
las Artes y el Patrimonio