

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

Cuenta Pública 2026

— Participativa —



Julio de 2026



Cuenta
Pública
— Participativa —
20
26

**Participación
ciudadana**

Participación ciudadana

Principio de la gestión pública

La participación ciudadana fortalece la transparencia, la rendición de cuentas y la vinculación entre el Estado y la ciudadanía. La Ley 20.500 sobre Asociaciones y Participación Ciudadana establece el deber de generar mecanismos para que las personas incidan en los asuntos públicos.

Mediante esta instancia, las instituciones informan sobre su gestión, resultados y desafíos, generando espacios para observaciones, consultas y propuestas ciudadanas.

Transparencia

Información abierta y oportuna

Rendición de cuentas

Uso de los recursos públicos

Vinculación

Diálogo con la ciudadanía



Desde 2011

Sernatur realiza su Cuenta Pública Participativa



Cuenta Pública 2026
— Participativa —



**Queremos saber tu
opinión. Escanea y
participa través del
código QR.**



SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

Cuenta
Pública
— Participativa —
20
26

Qué hacemos



MISIÓN INSTITUCIONAL

Ejecutar planes y programas basados en la **Política Nacional de Turismo** para el **desarrollo de los destinos**, a través de la promoción, el fomento del turismo interno y la entrega de **herramientas y asesorías para la competitividad, la formalización y la sostenibilidad** de los prestadores de servicios turísticos.

Promoción turística

Posicionar a Chile y atraer visitantes de mayor valor y nivel de gasto.

Fomento del turismo interno

Reducir la estacionalidad e incentivar la demanda en temporadas media y baja.

Competitividad y sostenibilidad

Diferenciar, formalizar y preparar a los prestadores y desarrollar los destinos en el territorio.

Cuenta
Pública
— Participativa —
20
26

Estadísticas



Contexto del turismo en 2025

EN EL MUNDO

1.534 millones

Llegadas de turistas internacionales (+5 % vs 2024)

USD 2,2 billones

Ingresos totales del turismo global

EN CHILE

6 millones

Llegadas internacionales (+14,6 % anual)

+32,9 %

Sobre los niveles prepandemia

Chile, tercer destino de Sudamérica

USD 4.157 millones

Ingresos del turismo receptivo, con un crecimiento anual de 14,9 %.

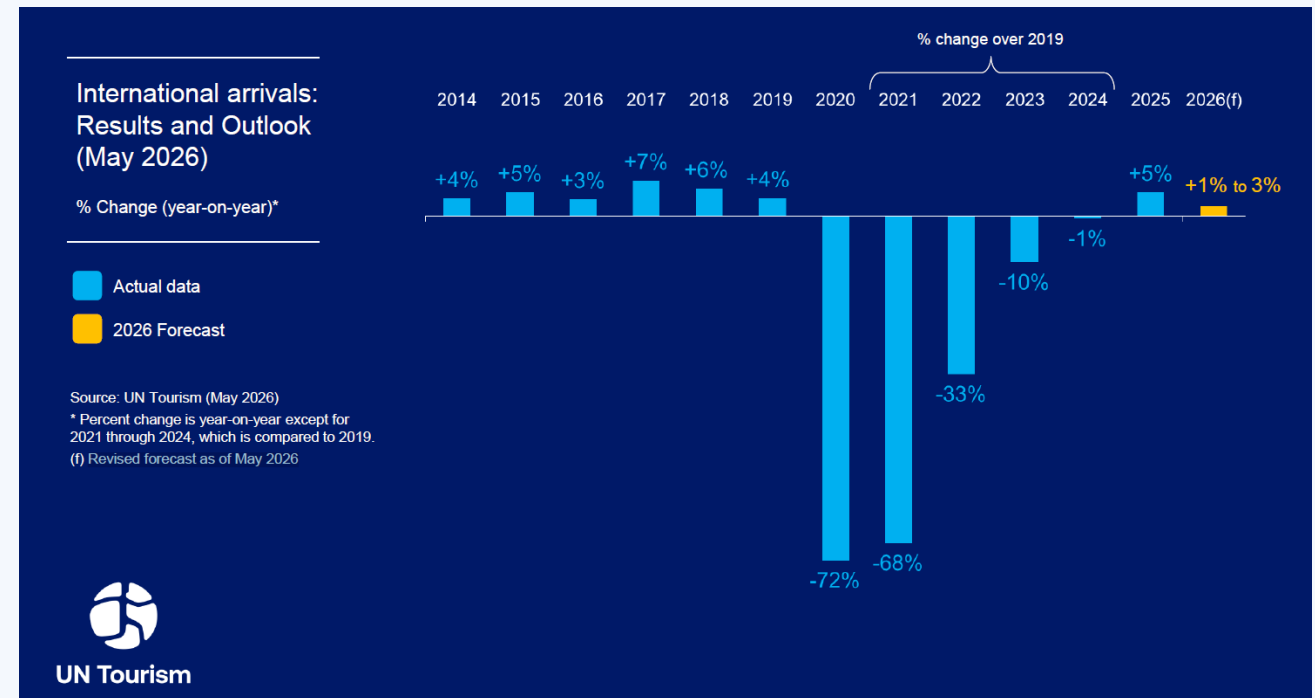
El dinamismo del turismo receptivo impulsó la economía nacional y el posicionamiento de Chile como destino competitivo a nivel global.

Situación del turismo internacional



PANORAMA GLOBAL

El turismo internacional mostró una expansión de 2 % durante el primer trimestre de 2026. No obstante, la incertidumbre en el escenario global ha llevado a una revisión cauta de las perspectivas para este año, estimando (a mayo) un crecimiento de entre 1 % y 3 %.



Fuente: UN Tourism, International arrivals — Results and Outlook (mayo 2026).

Mercados emisores y proyección para 2026

En Chile, los datos a mayo de 2026 evidencian que mercados estratégicos apuntaron alzas interanuales: Europa (+9,2 %), Asia (+18,7 %) y Oceanía (+64,3 %). Sin embargo, la normalización de los flujos provenientes del mercado argentino contribuyó a una contracción de -20,3 % en el total de llegadas de turistas internacionales.

PROYECCIÓN

Considerando el escenario contextual y la evolución reciente de los mercados emisores, para 2026 se proyectan 5,3 millones de llegadas de turistas.

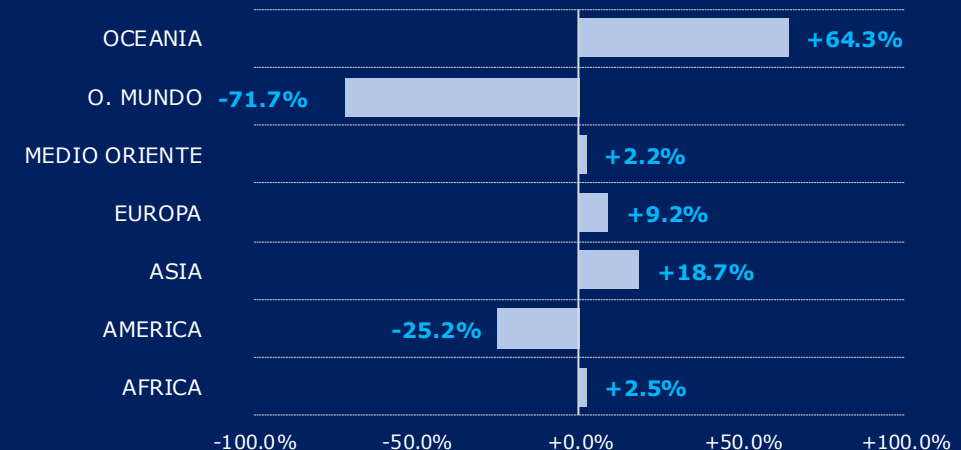
Fuente:

Volume 24 • Issue 2 • May 2026

Porcentajes de variación interanuales, excepto para 2021-2024, que son relativas al año 2019, anterior a la pandemia.

Datos de Chile: Llegadas de turistas internacionales, enero-mayo de 2026, Sernatur.

Llegadas de turistas a Chile por mercado emisor. Variación interanual, enero-mayo 2026.



Cifras de turistas y viajes

LLEGADAS DE TURISTAS EN 2025

6.004.567

Var. 12M +14,6 %
Var 2019 +32,9 %

Fuente: Departamento de Estadísticas, Sernatur.

LLEGADAS DE TURISTAS A JUNIO DE 2026

2.553.723

Var. 12M -19,4 %
VS ene-jun 2019 +2,1 %

Fuente: Departamento de Estadísticas, Sernatur.



ARGENTINA
BRASIL
ALEMANIA
FRANCIA
ESPAÑA
REINO UNIDO

LLEGADAS DE TURISTAS A JUNIO DE 2026 POR MERCADOS DE INTERÉS



-38,5 %	ESTADOS UNIDOS	+11,5 %
-3,9 %	CANADÁ	+10,8 %
+5,3 %	MÉXICO	+5,6 %
+7,4 %	AUSTRALIA	+80,1 %
+5,9 %	CHINA	+28,0 %
+10,6 %		

VIAJES TURÍSTICOS INTERNOS CON PERNOCTACIÓN EN 2025

62,4 MILLONES

VIAJES TOTALES

Var. 12M +0,9 %

Fuente: Big Data para el Turismo Interno, cifras preliminares, sujetas a revisión.

VIAJES TURÍSTICOS INTERNOS CON PERNOCTACIÓN A MARZO DE 2026

21,9 MILLONES

VIAJES TOTALES

Var.12M +1,68%

Fuente: Big Data para el Turismo Interno, cifras preliminares, sujetas a revisión.

COMUNA DESTINO



VIÑA DEL MAR

EL TABO

COQUIMBO

COMUNA ORIGEN



PUENTE ALTO

MAIPÚ

TEMUCO

Aporte económico del turismo en Chile



APOORTE AL PIB

USD 9.994 millones

Equivale al 2,8 %

Fuente: Subsecretaría de Turismo y Sernatur.

OCUPADOS EN TURISMO 2025

670,31 miles de personas

Var. 12M +5,1 %

Mar-may 2026: 682,67M

Var. 12M +0,3 %

Fuente: Empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT) (INE).

APOORTE DEL EMPLEO SOBRE LA ECONOMÍA 2025

7,1 %

Var. 12M +5,1 %

Fuente: Empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT) (INE).

PARTICIPACIÓN MUJERES EN EL EMPLEO EN TURISMO EN 2025

48,5 %

+5,35 p.p. respecto al total de la economía

Fuente: Empleo en las Actividades Características del Turismo (ACT) (INE).

EMPRESAS ACT PERIODO COMERCIAL 2024

216.919

13,7 % del total de empresas del país

98,9 % **mipymes**

Nota: % de mipymes excluye a empresas sin ventas ni información.

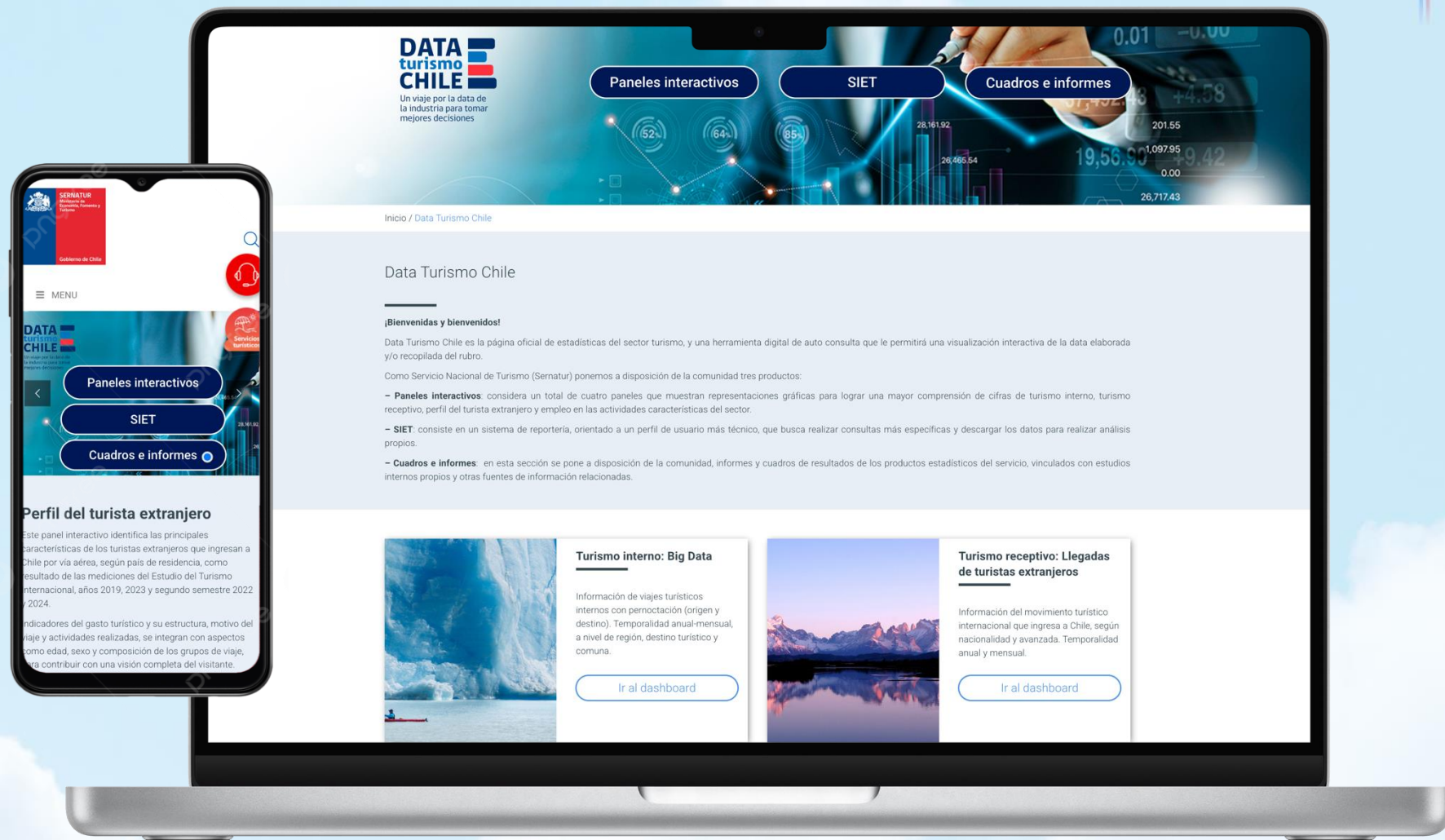
Fuente: Estadísticas de Empresas (SII).

DATA turismo CHILE

Un viaje por la data de la industria para tomar mejores decisiones



Ingresa aquí



Cuenta
Pública
— Participativa —

20
26

Promoción

Plan de Marketing Turístico Internacional

OBJETIVOS

Mayor contribución del **turismo receptivo** a la economía de Chile



RECUPERAR VOLUMEN

Objetivo inmediato (año 1-2)

Recuperar...



Conectividad



Awareness
e imagen



Trade



AUMENTAR IMPACTO POSITIVO

Objetivo medio plazo (año 3-5)



Aumentar **gasto promedio**:

Promocionar experiencias
Captar mercados
Segmentos upscale



DISTRIBUIR IMPACTO POSITIVO

Objetivo medio-largo plazo (+5 años)

Promocionar...



Nuevos
destinos



Turismo
contraestacional



Madurar oferta
(área desarrollo)

HITOS DESTACADOS

Principales hitos de promoción internacional

689
DELEGADOS

Adventure Travel World Summit 2025

De 56 países. Ingresos futuros proyectados por +USD 110 millones y publicaciones valorizadas en +USD 370.000.

22
CONGRESOS

Segmento MICE

Congresos internacionales captados que movilizarán +17.500 delegados al país en los próximos años.

Nº1
MUNDIAL

Liderazgo mundial

7ª vez Mejor Destino de Turismo Aventura del Mundo y 11 años consecutivos líder de Sudamérica en los World Travel Awards.



Adventure Travel World Summit 2025

ATWS 2025 consolidó a Chile como **líder mundial en turismo aventura**

689

DELEGADOS

de 56 países

97 %

SATISFACCIÓN

de los participantes

101

COMPRADORES

internacionales

+40

PUBLICACIONES

en medios, con una valorización de
USD 370.300



Itinerario preferido de Chile por los compradores

Considerando el gasto promedio por persona y viaje con proveedores locales, junto con la cantidad de viajeros que se espera que lleguen a Chile en los próximos tres años, es posible indicar los ingresos totales de esta manera:

**USD 24,5
millones**

Ingresos estimados
para 2026

**USD 38,8
millones**

Ingresos estimados
para 2027

**USD 49,8
millones**

Ingresos estimados
para 2028



Ingreso total estimado

USD 110,1 millones

Congresos internacionales

17.550
delegados proyectados

La captación de congresos genera **demandas futura y beneficios económicos** para los territorios, con **visitantes de alto gasto** y baja estacionalidad.

- **22 congresos internacionales** captados.
- Sedes en **San Pedro de Atacama, Santiago, Concepción y Puerto Varas.**



GESTIÓN 2025

Destacados ejecución 2025

Expedition MICE

Hosted Buyers Internacionales Invitados

(Viajes de Inventivos y Mercado Asociativo)

Los invitados fueron seleccionados a través de un trabajo conjunto con nuestras agencias de representación. Las cuentas fueron validadas por gremios y entidades privadas.



Argentina



Brasil



Colombia



México



Estados Unidos



9 cuentas del segmento asociativo

Segmento Congresos y Convenciones (OPC y asociaciones internacionales)

RUEDA DE NEGOCIOS: **+ de 1.000 reuniones** de negocios concretadas
ACTIVIDAD FINANCIADA CON 50 % DE APOORTE PRIVADO



Reconocimientos internacionales



Ganadores



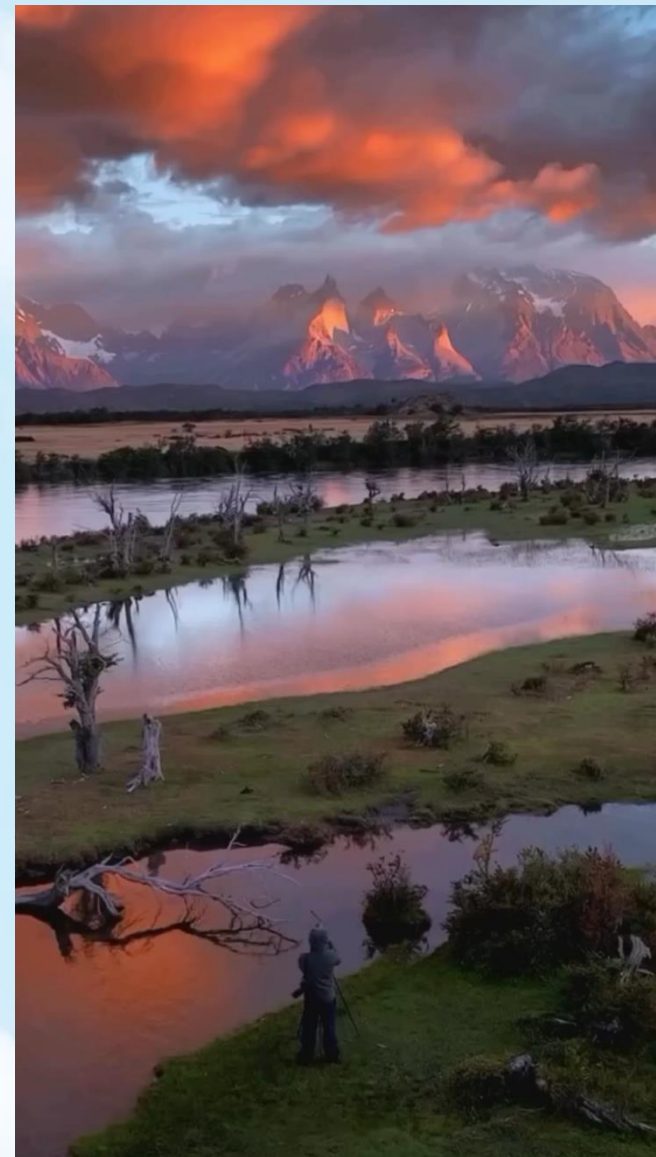
World's Leading
Adventure Tourism
Destination

Los reconocimientos internacionales refuerzan la **reputación de Chile** como uno de los destinos turísticos más atractivos y competitivos del mundo.

Chile obtuvo el premio de **Mejor Destino de Turismo Aventura del mundo**, marcando una década de liderazgo, desde que se ganó en 2016 este título por primera vez en los **World Travel Awards**.

San Pedro de Atacama y Santiago fueron reconocidos entre los **destinos mejor valorados de Sudamérica**.

Reconocimientos de **Forbes, TIME y Tripadvisor** destacaron destinos y experiencias turísticas chilenas a nivel internacional.



Visibilidad e interacción digital

Chile se posicionó como uno de los destinos turísticos con mayor visibilidad e interacción digital de Sudamérica.

Más de
77
MILLONES

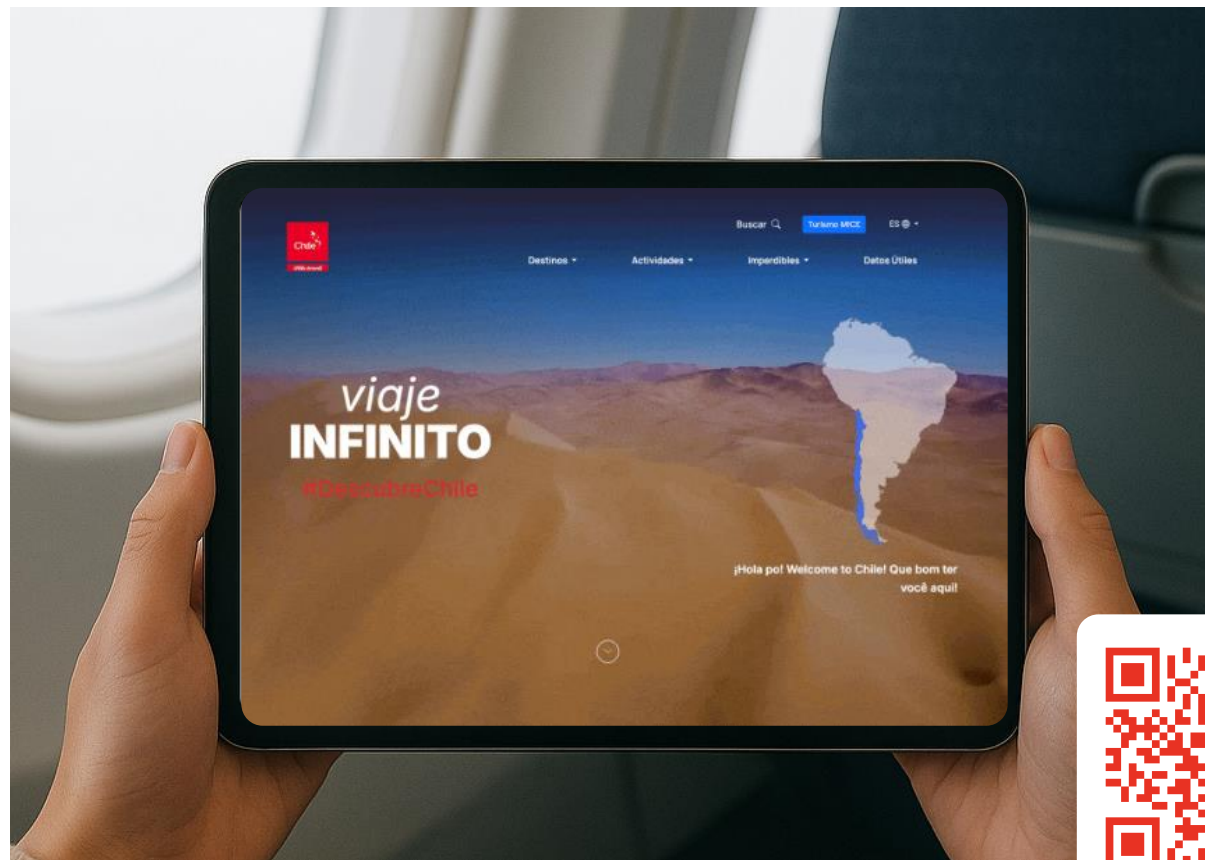
de personas **alcanzadas** a través del **ecosistema digital** de Chile Travel y Chile es Tuyo.

Más de
6,3
MILLONES

de **visitas a las plataformas** oficiales de promoción turística.

RECONOCIMIENTOS

Destino de Mayor Tendencia de Sudamérica y **Destino con Mayor Interacción Digital** de Sudamérica por Tripscout.



Ingresa aquí



chile.travel



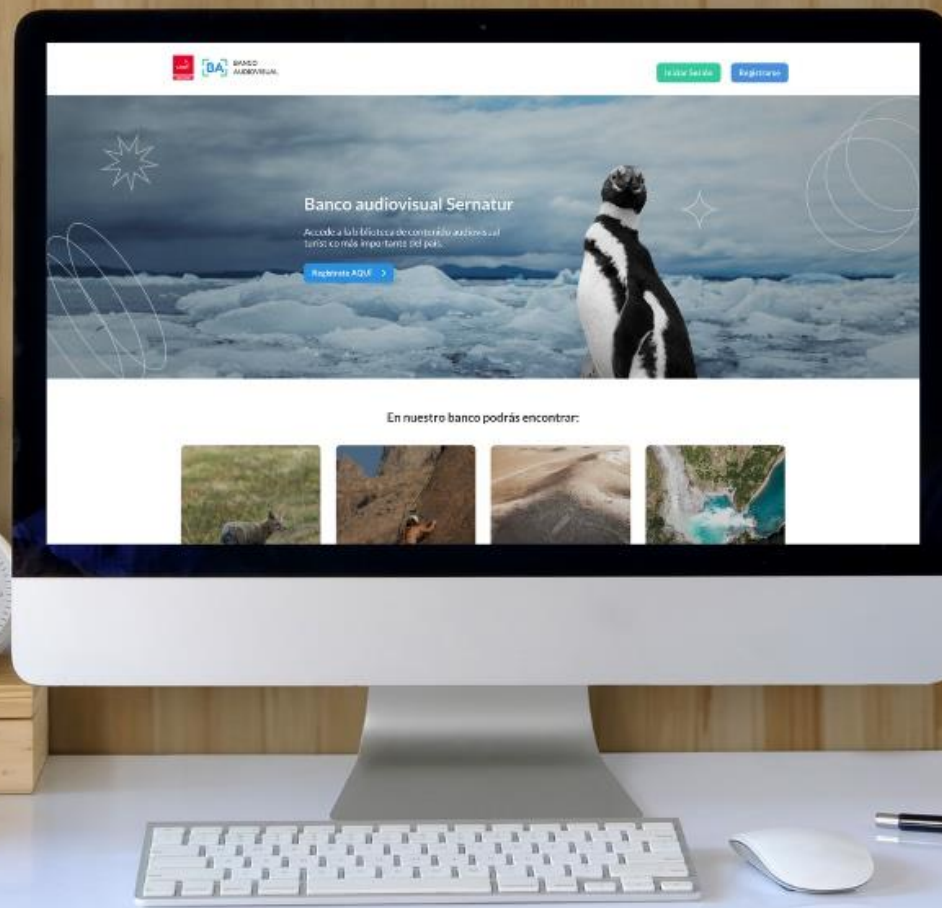
BANCO
AUDIOVISUAL

11.344 fotografías
y videos

+1.500 usuarios
registrados



Ingresa aquí



Principales hitos de promoción nacional

Ferias

FERIA VYVA

- Espacio para promocionar la oferta turística de las 16 regiones de Chile.
- Dedicado a público general y profesional, con el fin de destacar la diversidad de destinos y experiencias del país.

LADERA SUR

Participación de Sernatur a través de la oferta turística y las activaciones de las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Ñuble, Los Ríos y Los Lagos.

Campañas

EXPERTO EN FERIADOS

Campaña táctica, con el objetivo de incentivar viajes en periodos festivos, como Semana Santa, Fiestas Patrias y otros fines de semana largos.

CHILE POR DESCUBRIR

Serie de viajes publicada en Chile es Tuyo y Chile Travel, con la finalidad de promocionar destinos y experiencias turísticas de Chile, presentadas en un formato moderno y conducidas por influenciadores reconocidos.



Principales hitos de promoción nacional

Eventos

RUEDA DE NEGOCIO NACIONAL

- 83 empresarios de todo Chile.
- 50 compradores nacionales.
- 900 reuniones comerciales.

RUEDA DE NEGOCIOS PATAGONIA

- 45 empresarios de las regiones de Los Lagos, Aysén y Magallanes.
- 30 compradores nacionales.
- 450 reuniones comerciales.

Competencias deportivas

RALLY CHILE BIOBÍO

- Del 11 al 14 de septiembre, la Región del Biobío celebró una nueva fecha del Mundial de Rally.
- Posicionamiento internacional de la región.
- Impacto turístico.
- Crecimiento económico.

TORRENCIAL CHILE

- Del 19 al 21 de junio de 2025 en Valdivia, Región de Los Ríos.
- Única fecha oficial del circuito UTMB World Series en Chile.
- Más de 2.000 corredores provenientes de Chile y del extranjero participaron en las distintas distancias de competencia.



GESTIÓN 2025

Rally Chile Biobío 2025



Del 11 al 14 de septiembre de 2025

TOTAL DE PÚBLICO

402.010

asistentes

IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO

\$12.662

millones

RETORNO DE INVERSIÓN

x6,4

La inversión pública elevó la ocupación turística y activó directamente la cadena de servicios de la región

78,3 % de los prestadores consideró que el Rally Chile Biobío fue beneficioso para el turismo local

Estudio de impacto realizado por la Universidad de Concepción



Retorno de inversión

La promoción se realiza en base a estas acciones que generan retornos positivos para el país y para la industria turística. Dependiendo de la acción, los retornos estimados alcanzaron entre dos y veintitrés veces la inversión realizada.

Retorno

2,2x

Ferias

Las ferias se consolidan como una herramienta clave para el posicionamiento de Chile, impulsando oportunidades de negocio concretas y efectivas dentro de nuestros mercados estratégicos.

Fitur	2,8
Fiexpo	3,9

Eventos

Presentan los mayores niveles de rentabilidad directa, siendo fundamentales para estrechar y fortalecer el vínculo comercial con compradores clave de la industria.

Workshop Chile Brasil	11,9
Expedition	22,8

5,6x

103x

Viajes de prensa

Generan un impacto mediático excepcional, multiplicando de forma exponencial la visibilidad y el posicionamiento de nuestro destino a nivel global.

MICE

La captación de congresos internacionales demuestra una alta eficiencia económica, fuertemente impulsada por el gasto directo que realizan los delegados durante su estadía en el país.

2,2x

Estrategia de promoción turística 2026

Plan de Marketing Turístico Internacional:

- 6 pilares estratégicos.
- Turistas de mayor gasto.
- Segmentos de alto valor.
- Canal comercial fortalecido.
- Demanda generada y sostenida.
- Reducción de estacionalidad.
- Distribución territorial.

De volumen a impacto: avanzamos hacia una estrategia enfocada en el valor del turismo receptivo.



Mayor gasto

Foco en turistas de alto valor



Comercialización

Canal internacional fortalecido



Territorial

Distribución de beneficios



Inteligencia

Decisiones basadas en data

3 EJES: POSICIONAR · COMERCIALIZAR · CONVERTIR

01

Posicionamiento reputacional

Prensa internacional, influenciadores y creadores de contenido especializados. Viajes de prensa y colaboraciones estratégicas.

02

Comercialización internacional

Ferias, ruedas de negocios, viajes de familiarización, alianzas con trade y acciones cooperadas con la industria.

03

Campañas de performance & awareness

Campañas de posicionamiento y conversión bajo lógica *customer journey*, diferenciadas por mercado y momento.

DESAFÍOS 2026

Mercados y acciones 2027

La estrategia 2027 se focaliza en el impacto: más gasto, más valor, Chile en el *top of mind* del turista

MERCADOS 360°

Estrategia integral: campaña, trade, RR.PP., acciones cooperadas

BR Brasil

US Estados Unidos

CA Canadá

GB Reino Unido

FR Francia

ES España

DE Alemania

AU Australia

NUEVO

MERCADOS 90°

Foco táctico: conversión y fortalecimiento comercial

AR Argentina (CABA)

co Colombia

MX México

CN China

NUEVO

IN India

NUEVO

FRONTERIZOS + PROSPECCIÓN

Alianza con regiones
Turquía · Polonia · Países nórdicos

ACCIONES CLAVE



Conectividad aérea



Ferias y trade



Influenciadores

Creadores de contenido y prensa especializada.



Campañas digitales

Performance + awareness por customer journey.



MICE

Congresos y reuniones internacionales, viajes de incentivo.



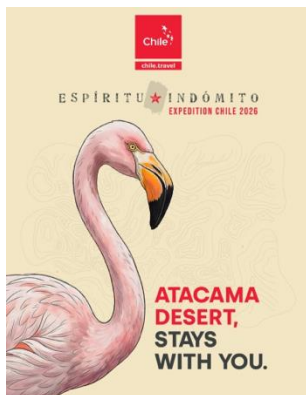
Inteligencia de mercado

Plataformas de análisis y monitoreo.

DESAFÍOS 2026

Expedition Chile

3^a edición consecutiva, del 21 al 28 de agosto de 2026



Consolidando una plataforma propia de **comercialización internacional.**

Participación de 55 operadores y compradores internacionales de mercados prioritarios.

5 destinos y 4 rutas para conocer experiencias turísticas en terreno.

Rueda de negocios internacional para generar oportunidades comerciales directas.

Destinos y empresas de distintas regiones del país.

Contenidos pensados para personas, pero estructurados para que la IA los encuentre, entienda y cite.

1. Objetivos

- **Aumentar** presencia de Chile.travel en buscadores y motores de respuesta con IA.
- **Conectar** contenidos con preguntas e intenciones reales de los viajeros.
- **Mejorar** la estructura técnica y semántica del sitio sin rediseñarlo.
- **Orientar** decisiones editoriales con datos y evidencia.

2. ¿Qué se desarrolla?

Ordena destinos, atractivos, actividades, temporadas y perfiles en una red semántica.

Relaciona contenidos con preguntas, motivaciones y etapas del viaje.

Prepara páginas para que sistemas de IA las recuperen, citen y recomienden.

Integra analítica, búsquedas y señales digitales para priorizar contenidos.

3. Ventajas

- Mayor citabilidad en ChatGPT, Gemini, Perplexity y Google AI Overviews.
- Mejor cobertura de temas y consultas de alto valor turístico.
- Contenidos útiles para personas y también para máquinas.
- Mejor priorización editorial y técnica.
- Modelo escalable y sostenible para la evolución del portal.

Resultado esperado:

Chile.travel como fuente de referencia para viajeros y sistemas de IA.

Cuenta 20
Pública 26
— Participativa —

Turismo interno

DESAFÍOS 2026

La estacionalidad turística: el problema central

-15,4 pp

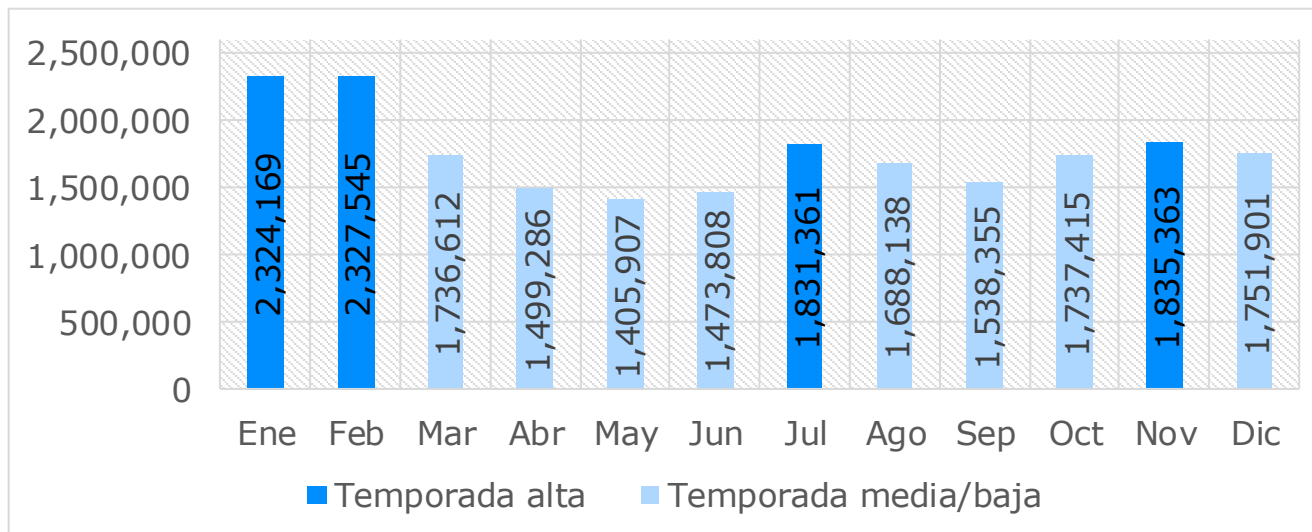
cae la tasa de ocupación de habitaciones
entre el máximo y el mínimo en 2025.

Febrero (50,2 %) y mayo (34,8 %)

39 %

de las pernoctaciones anuales
corresponde a la temporada
de mayor demanda, con solo
cuatro meses que registran
cifras sobre el promedio anual.

Elaboración: Sematur con datos del Instituto Nacional de Estadísticas



PERNOCTACIONES PROMEDIO EN 2025: 1.762.488

Superar la estacionalidad es clave para la competitividad: ocho meses de baja actividad reducen la rentabilidad sectorial y frenan el desarrollo económico de los territorios.



Temporalidad por comuna

La distribución anual de pernoctaciones de una comuna indica la prioridad de pernoctaciones necesaria para reducir su estacionalidad, lo que en términos prácticos se traduce en la temporalidad.

TEMPORADA ALTA

Sin intervención de programas



TEMPORADA MEDIA-BAJA

Con intervención de programas

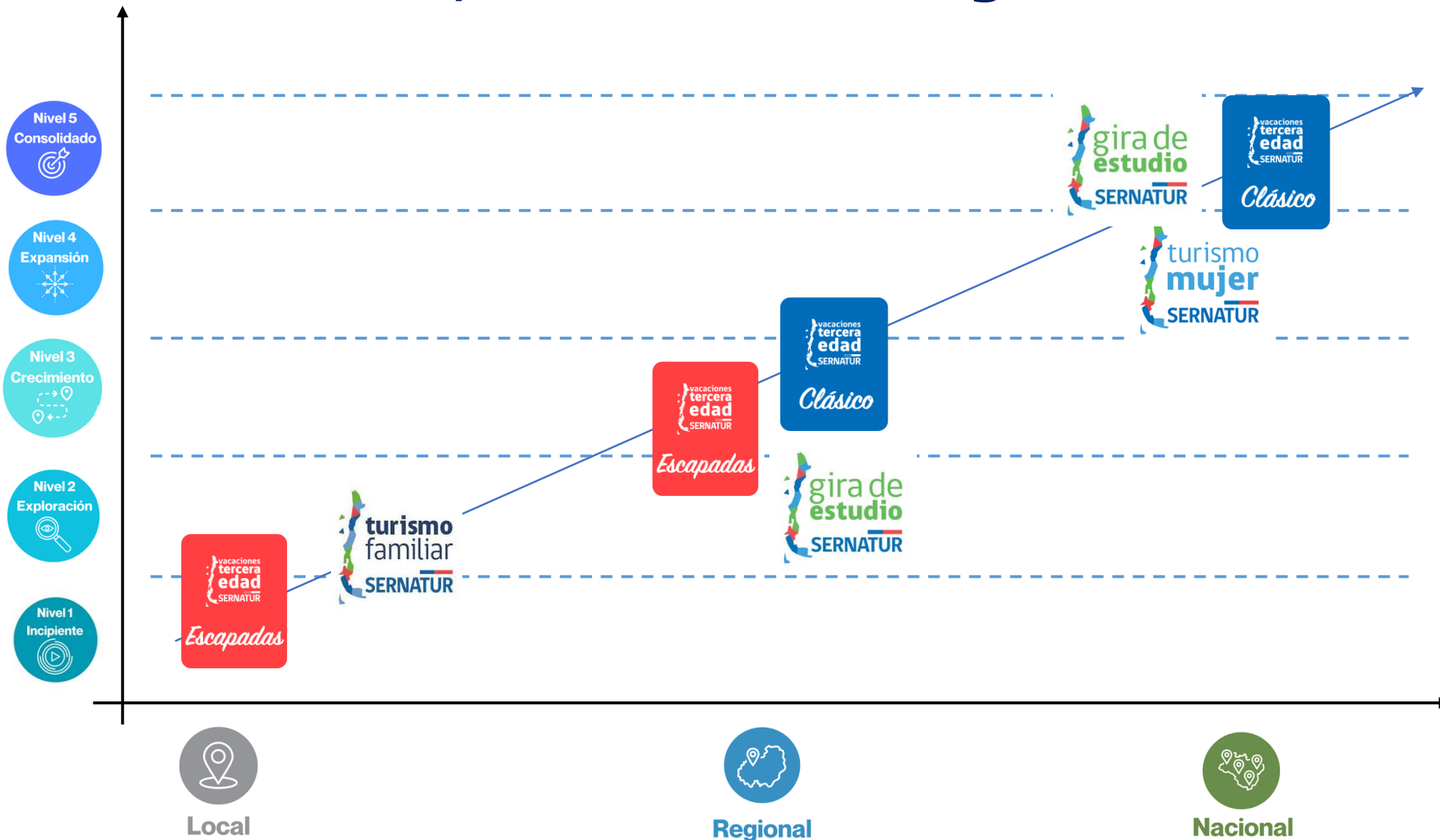
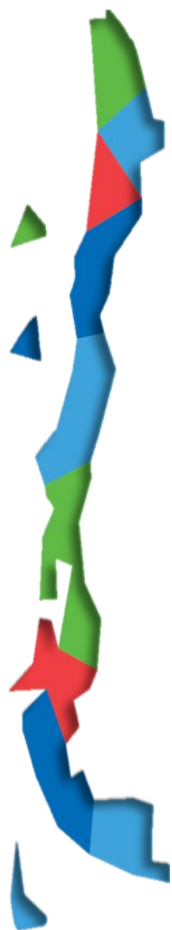
MES	CONCEPCIÓN	LOS ÁNGELES	ARAUCO
Enero	● Media	● Alta	● Alta
Febrero	● Media	● Alta	● Alta
Marzo	● Media	● Alta	● Baja
Abril	● Media	● Media	● Baja
Mayo	● Media	● Baja	● Baja
Junio	● Media	● Baja	● Media
Julio	● Media	● Media	● Media
Agosto	● Media	● Baja	● Alta
Septiembre	● Media	● Baja	● Media
Octubre	● Media	● Baja	● Baja
Noviembre	● Media	● Media	● Baja
Diciembre	● Media	● Media	● Media

Comunas de destinos

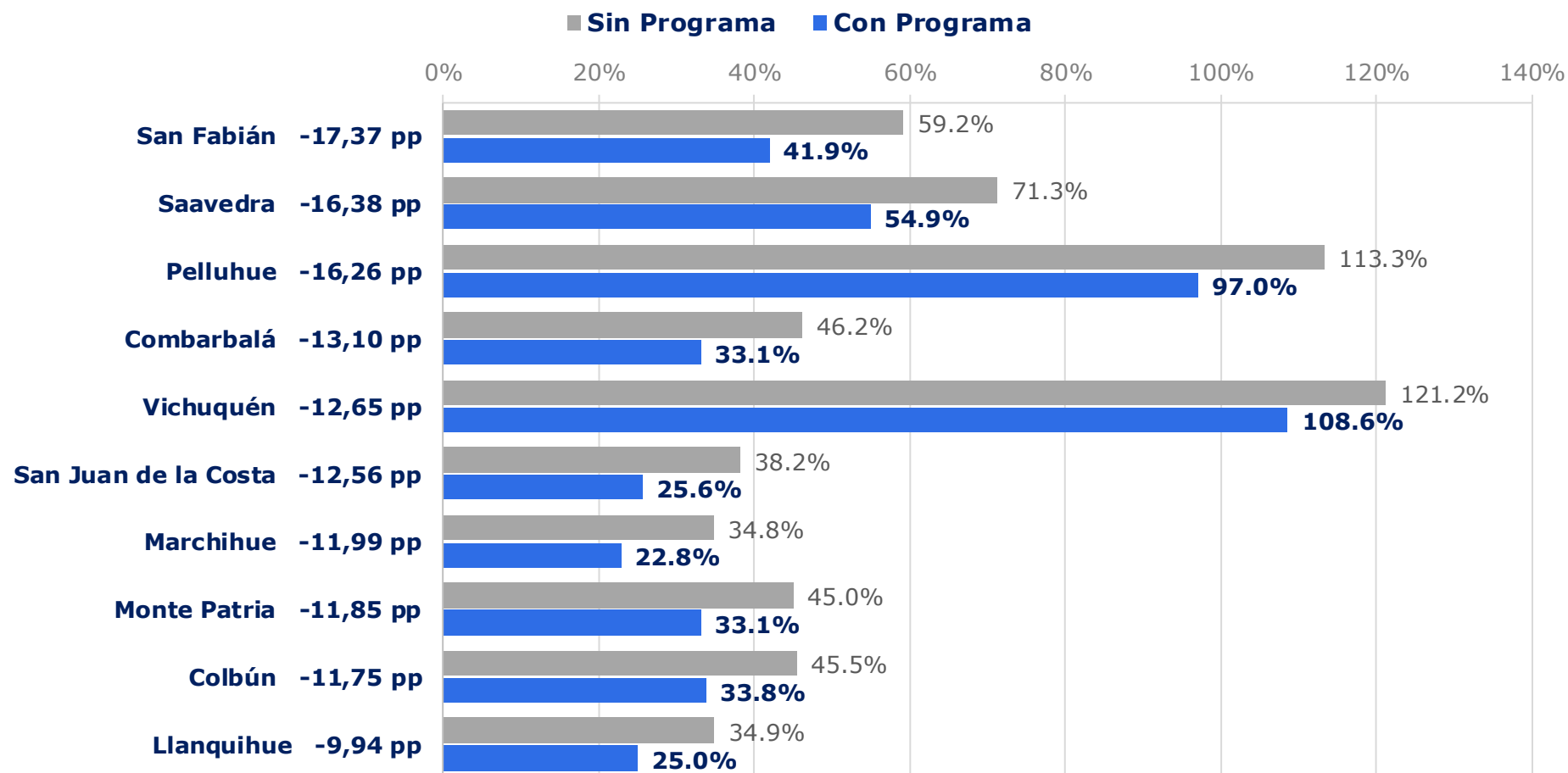


Destinos / Comunas
participantes
56/80

Diversos instrumentos, una sola estrategia



Índice de estacionalidad turística 2025



El **96 %** de las comunas beneficiadas por los programas de Turismo Interno de Sernatur en 2025 redujo su estacionalidad.

Cifras Programas de Turismo Interno 2025

- **MITIGACIÓN DE LA ESTACIONALIDAD:** durante 2025, considerando las 70 comunas de las que se puede obtener información, se observa que el promedio de variación del índice de estacionalidad alcanzó **4,03 pp**.
- **RESULTADOS DE LA MOVILIDAD:** se movilizaron **68.722 pasajeros**, generando **230.413 pernoctaciones** exclusivamente en temporadas de baja demanda.
- **PROGRAMAS EMBLEMÁTICOS:** se fortaleció el alcance de los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio, Turismo Familiar y Turismo Mujer, logrando un nivel de satisfacción del **97 %** entre sus beneficiarios.
- **IMPACTO EN LA INDUSTRIA:** la inversión y la gestión de estos programas inyectaron un aporte total de **\$22.903.899.363** a la industria turística nacional.

68.722
pasajeros viajados

187
agencias de viajes

\$4.521.858.136
Gasto extra

\$8.935.301.664
Subsidio

56 / 82
Destinos y comunas
participantes

896 / 3.584
Beneficiarios directos e
indirectos

\$8.942.955.563
Copago

230.413
pernoctaciones

\$22.9 MM
Total de aporte a la industria

\$503.784.000
Comisiones AAVV

97 %
Porcentaje de satisfacción

2,6
Multiplicador financiero





Conveniencia a toda prueba



Infórmate aquí

Precios para todos los bolsillos

Valores desde \$145.363 hasta un millón.

Paquetes todo incluido

Traslado, alojamiento, alimentación, seguro, otros.

Viajes para todos los gustos

Desde 2 a 3 noches.
Desde 4 a 7 noches.

- **95 % de los pasajeros satisfechos con la experiencia de los viajes. Nivel de satisfacción muy alto.**
- **Transporte:** avión, bus, tren y barco.
- **Destinos en todas las regiones del país.**
- **Cómo comprar:** en agencias de viaje oficiales, sin postulaciones ni inscripciones.
- **Dónde informarse:** en el sitio oficial www.vacacionesterceraedad.cl.



Lo que viene



VACACIONES TERCERA EDAD

- Sistema de Apoyo a la Venta (SAVE) del programa Vacaciones Tercera Edad.
- Incorporar e-commerce para la compra de las personas mayores.
- Nivel de transacciones por comisiones: + de \$500 millones.



Un viaje, mil aprendizajes



Infórmate aquí

Precios para todos los bolsillos

Valores desde \$156.450 hasta \$407.478.

Paquetes todo incluido

Traslado, alojamiento, alimentación, seguro, guía de turismo, otros.

Destinos disponibles

21 comunas de norte a sur.

Experiencia educativa

Convenio con Subsecretaría de la Niñez

3 días/2 noches (\$59.900)

Estudiantes de 7° y 8° básico

para que puedan realizar una experiencia de viaje de estudios, abriendo nuevos destinos: Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins y Maule.



Lo que viene



GIRA DE ESTUDIO

- Implementación de viajes de enseñanza básica, con más de 2.400 jóvenes y profesores de 7° y 8° básico, con recursos de la Subsecretaría de la Niñez.
- Concurso Desafío Gira de Estudio.
- En 2027 se cumplen 20 años del programa Gira de Estudio.



Conectando familias de norte a sur



Infórmate aquí

Familias beneficiarias

Entre el 0 % y el 80 % en el Registro Social de Hogares.

Paquetes todo incluido

Traslado, alojamiento, alimentación, seguro, otros.

Destinos pensados para la familia

En 10 regiones del país.

- **96 % de los pasajeros satisfechos con la experiencia de los viajes. Nivel de satisfacción muy alto.**
- **Todos los paquetes son de 3 días y 2 noches, preferentemente fines de semana.**
- **Transporte:** bus.
- **Cómo acceder:** directamente en la municipalidad, entidad que postula al programa.
- **Dónde informarse:** en el sitio oficial www.turismofamiliar.cl.

Lo que viene



TURISMO FAMILIAR

- Se mantendrán las 10 regiones de destino.
- La selección de fechas de viaje y destino se realizará durante agosto por cada municipio beneficiado.



Mujeres que viajan, experiencias que transforman

Venta online

A través de e-commerce.

Todo organizado

Traslado, alojamiento,
alimentación, seguro, otros.

Experiencias exclusivas

Enoturismo, turismo aventura,
bienestar, gastronomía y más.

- **96 % de las pasajeras satisfechas con la experiencia de los viajes. Nivel de satisfacción muy alto.**
- **Todos los paquetes son de al menos 3 días y 2 noches**, preferentemente fines de semana.
- **Transporte:** avión y bus.
- **Dónde informarse:** en el Instagram **@turismomujersernatur**.

Lo que viene



TURISMO MUJER

- Tercera licitación de carácter nacional, contrato de 10.000 pasajeras en 2 años.
- Incorporación de 3 nuevos destinos a nivel nacional.
- Nuevos paquetes con un mayor número de noches de alojamiento.
- Nueva modalidad de transporte (marítimo).
- Nuevo rango etario, entre 18 y 64 años.

Cuenta
Pública
— Participativa —

20
26

**Modernización
regulatoria**

Avances en formalización



Inspección de
Servicios Turísticos

41.825

servicios turísticos registrados a
2025

+11,9 %

Variación respecto a 2024

1.055

Sellos R en 2025

158

operativos de fiscalización
en 2025

2.144

inspecciones realizadas en
2025

1.096

inspecciones a
alojamientos en 2025

1.048

inspecciones de turismo
aventura en 2025

Modernización en materia de turismo aventura

1

Fortalecimiento de estándares técnicos:

Destacados

- 15 normas técnicas nacionales de turismo aventura actualizadas.
- Creación de las normas chilenas de bungee y de vocabulario de turismo aventura.

2

Propuesta de fortalecimiento del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos:

Destacados

- Permite que guías especializados dependientes e independientes se registren.
- Nuevos procedimientos para actividades especializadas.
- Fortalecimiento de la seguridad y formalización.

3

Acompañamiento técnico para la protección de turistas y prestadores, mediante un proyecto de ley:

Destacados

- Modelo de certificación basado en niveles de riesgo.
- Mecanismos de supervisión.
- Estándares de seguridad para las empresas que desarrollan turismo aventura.

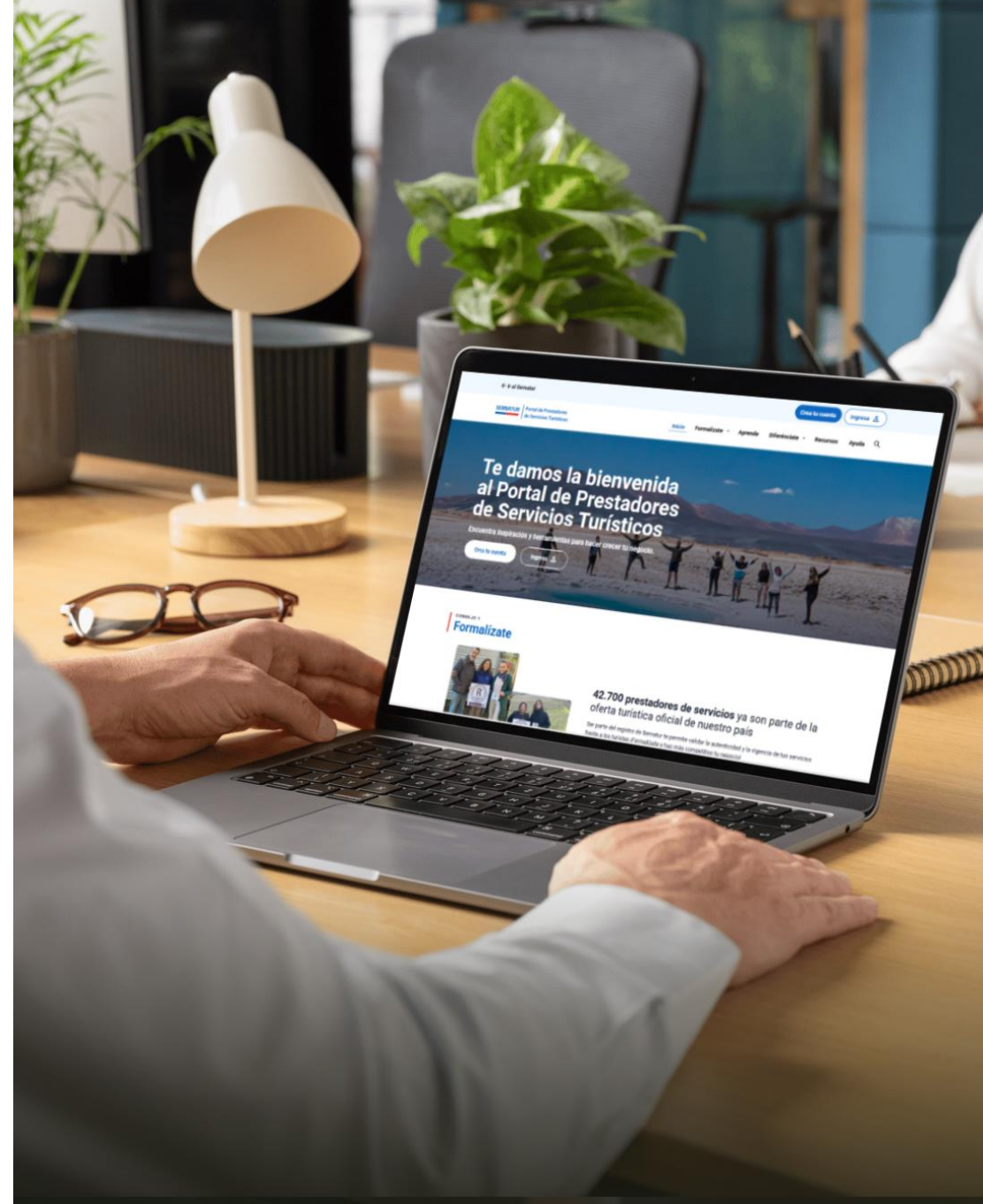
Avanzando hacia una ventanilla única que facilite la formalización

Con el fin de...

facilitar la formalización, para la inversión, el acceso a instrumentos de fomento y el crecimiento sostenible de las empresas turísticas.

A través de...

la generación de herramientas digitales que fortalecerán el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos y facilitarán el acceso de los prestadores al sistema formal.



Cuenta
Pública
— Participativa —
2026

**Competitividad y
sostenibilidad**

De instrumentos aislados a un sistema integrado de competitividad empresarial

ANTES

Instrumentos independientes



El Sello Q garantiza al visitante que el servicio turístico cumple con valores de confianza, transparencia, seguridad y satisfacción.



El Sello S cumple con criterios ambientales, sociales y económicos orientados hacia la sustentabilidad de la empresa y del destino turístico.



Compromisos de Buenas Prácticas Sustentables.



Certificaciones de Aprende Turismo.

HOY

Sistema de Competitividad Empresarial Turística

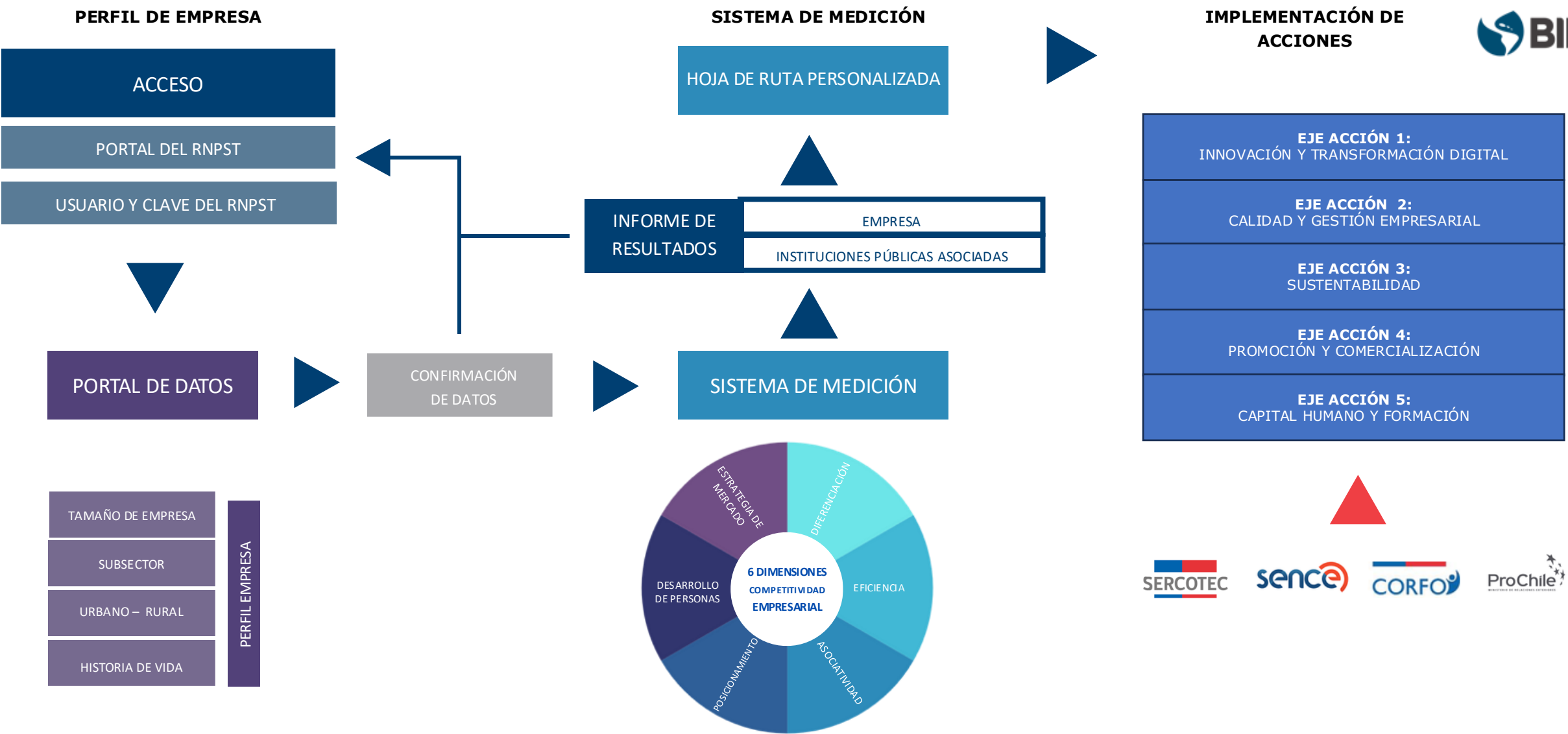
Identifica oportunidades de mejora.

Genera hojas de ruta personalizadas.

Vincula empresas con los instrumentos pertinentes.

Monitorea avances y promueve la mejora continua.

Sistema de Competitividad Empresarial Turística



Herramientas del sistema



63
entregados

108
vigentes



67
entregados

149
vigentes



123
entregados

970
vigentes



8.811
matriculados
totales

3.973
matriculados 2025
+300 horas de contenidos
11 cursos totales



1.400
personas
capacitadas

131
adhesiones
al código de
conducta



ALIANZA
ESTRATÉGICA

1.313
certificaciones en
competencias laborales 2025

25.418
certificaciones totales

Prestadores de servicios turísticos más competitivos, sostenibles y diferenciados



Consolidar un sistema de mejora continua para las empresas turísticas.

Fortalecer las capacidades competitivas del sector turístico.

Impulsar la diferenciación y especialización de la oferta turística.

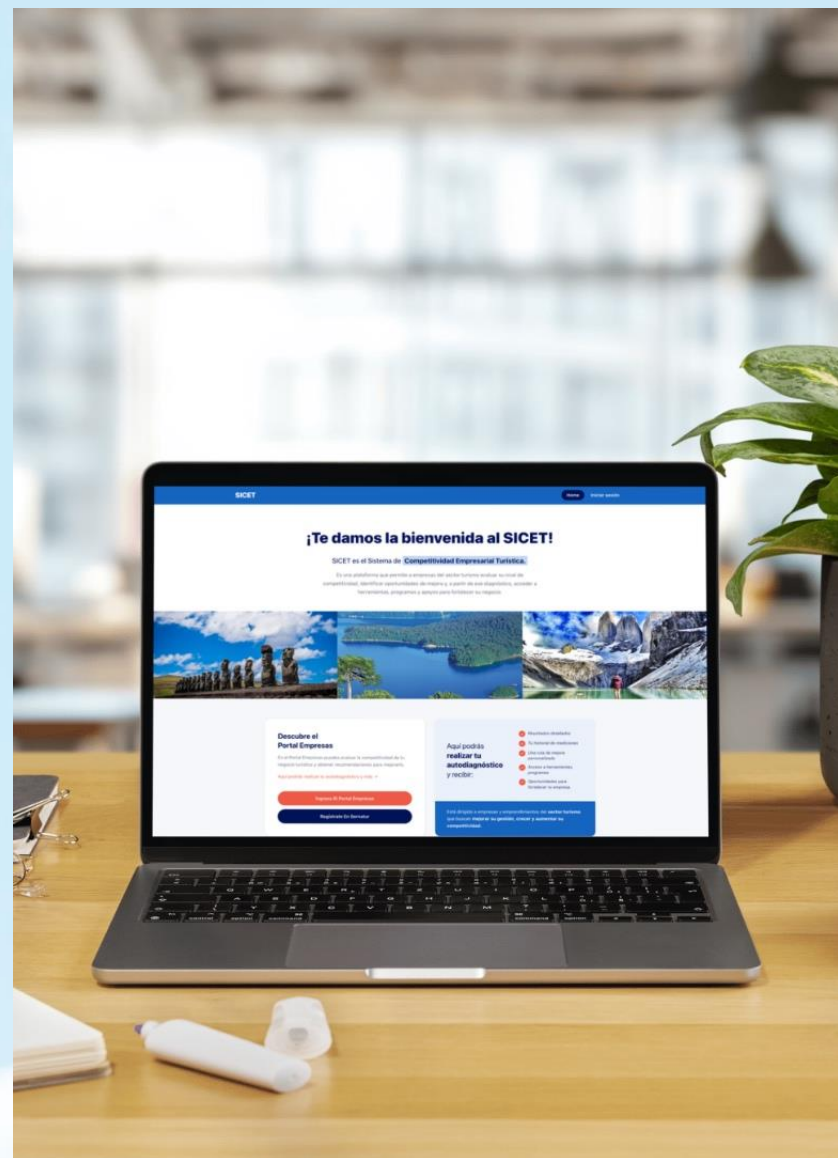
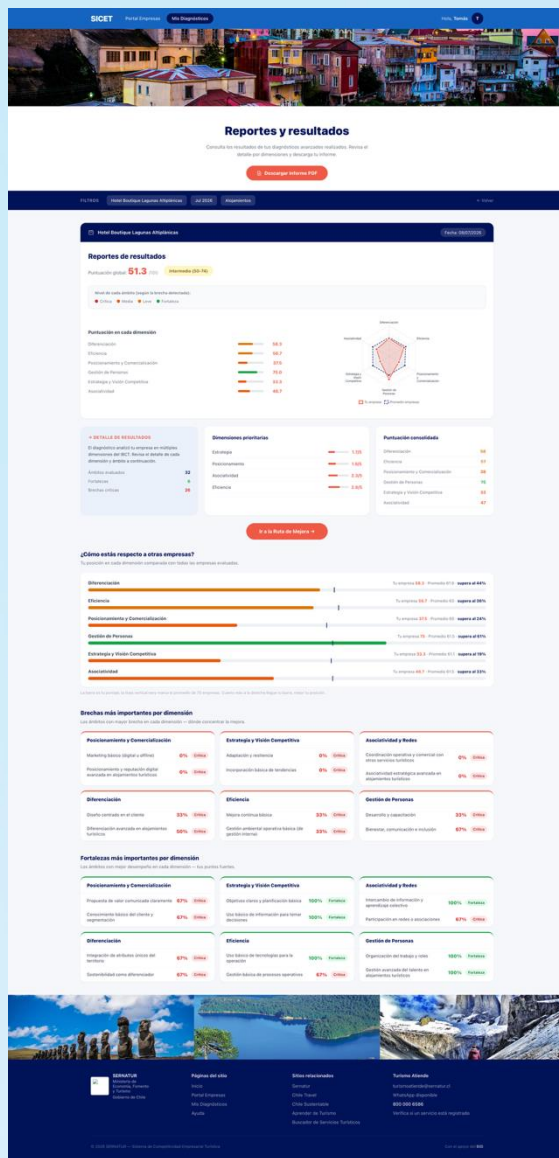
El desafío principal es avanzar desde una lógica basada en instrumentos individuales hacia un **sistema integrado de competitividad empresarial** que permita reducir brechas, fortalecer capacidades y mejorar el desempeño de las empresas turísticas.

Lanzamiento durante la semana de la PYME

Avanza Turismo

Plataforma digital de competitividad

Permite a empresas del sector turismo evaluar su nivel de competitividad, identificar oportunidades de mejora y, a partir de ese diagnóstico, acceder a herramientas, programas y apoyos para fortalecer su negocio.



Nuevas herramientas del sistema Avanza Turismo



Lanzamiento
del compromiso inicial
en plataforma online.
Para alojamientos y
restaurantes
registrados.



**Compromiso inicial
de turismo indígena**

Pilotaje
de la plataforma
online rubros guías,
turoperadores,
restaurantes y
artesanías.



Nuevos cursos
Diseño de
experiencias turísticas.

Market ready
autoinstruccional.

Acciones para el desarrollo local

Turismo Municipal



- **318 municipios de todo el país** trabajaron en coordinación con Sernatur a través del Programa Turismo Municipal.
- **5ª versión del Congreso de Municipios Turísticos**, un espacio de articulación e intercambio de experiencias entre los gobiernos locales.
- **68 municipios cuentan con la Distinción Municipalidad Turística**, tras las nuevas entregas realizadas durante 2025.

68MUNICIPIOS
CON DISTINCIÓN**15**MUNICIPIOS
EN PROCESO

Zonas de Interés Turístico



- 300 personas participaron en el **2º Encuentro Nacional de Gobernanzas Turísticas**, realizado en junio de 2025.
- Representantes de gobernanzas vinculadas a programas público-privados de turismo y ZOIT de todo el país participaron de este **espacio de articulación nacional**.
- Fortalecimiento del **trabajo colaborativo** entre actores vinculados al desarrollo y la gestión de los territorios turísticos.

44ZOIT VIGENTES
74 COMUNAS**50 %**AVANCE DE PLANES
DE ACCIÓN ZOIT

Monitor de Destinos

Durante 2025 se desarrollaron herramientas clave para la planificación y focalización territorial, con el sistema de medición de desarrollo de destinos y la plataforma Monitor de Destinos.

Ambos evalúan y clasifican los destinos según:

- **Nivel de desarrollo.**
- **Capacidad de atracción.**

78

destinos turísticos priorizados en 195 comunas del país.

52 %

de los destinos se concentra en los niveles incipiente y de exploración.

19 destinos incipientes

15 destinos exploratorios

16 destinos en crecimiento

15 destinos en expansión

13 destinos consolidados



Destinos turísticos más competitivos, sostenibles y seguros



Fortalecer las capacidades de gestión de los destinos.

Consolidar un sistema de inteligencia turística para la toma de decisiones.

Impulsar destinos más resilientes y seguros.

El desafío principal es consolidar un sistema que combine **gobernanza, inteligencia turística y sostenibilidad**, fortaleciendo las capacidades de los territorios para planificar, priorizar e implementar acciones que impulsen su **competitividad y desarrollo sostenible**.

DESAFÍO 2026

Lanzamiento durante el Mes del Turismo:

Herramienta Índice de Saturación de Destinos Turísticos

El **Índice de Saturación de Destinos Turísticos (ISDT)** mide el impacto del turismo en el territorio y entrega información para gestionar su desarrollo sustentable.

Busca una experiencia turística de calidad, respetuosa de los activos ambientales, culturales y paisajísticos y del bienestar de la población residente.

4

Dimensiones

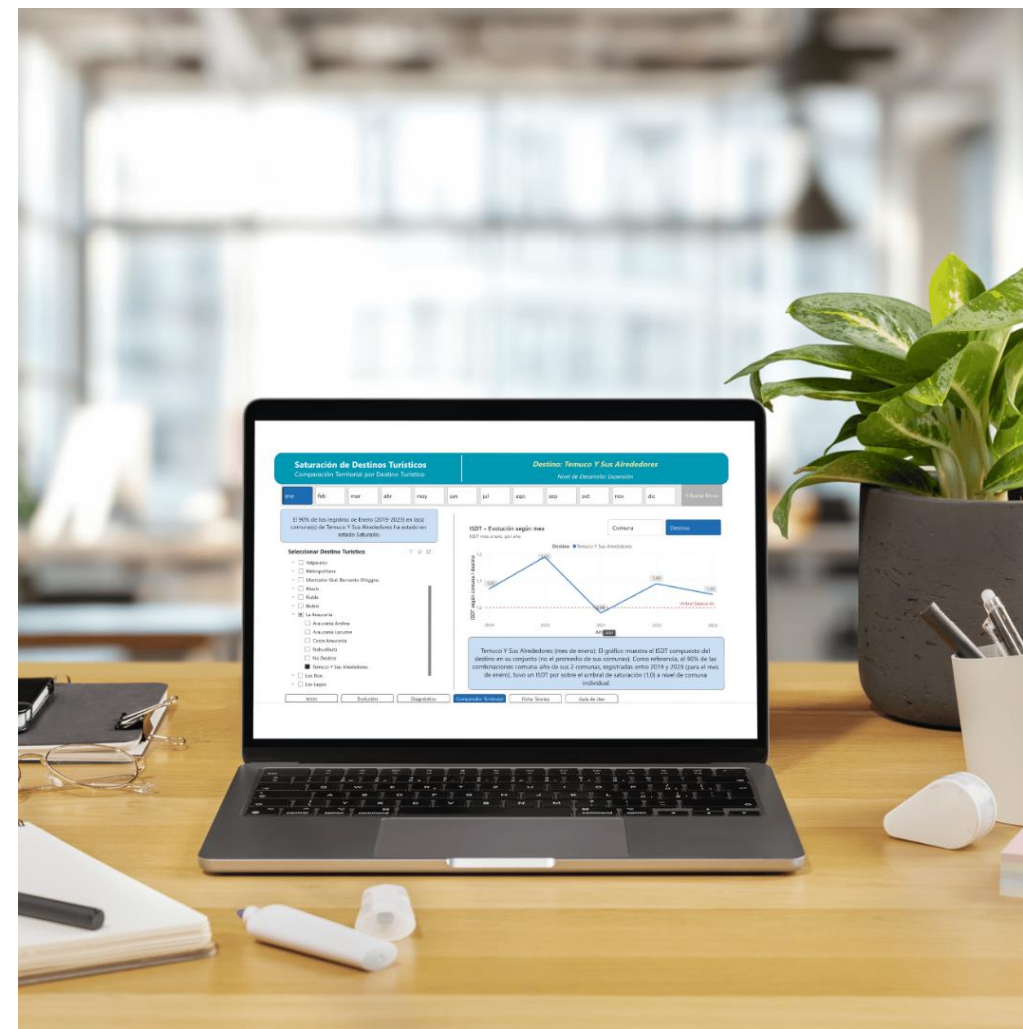
- Infraestructura y medioambiente.
- Calidad de vida local.
- Capacidad del sector turismo y experiencia turística.
- Gestión del destino turístico.

309

comunas del país
evaluadas (2019-2023)

17

Indicadores de Calidad Ambiental (ICA)



Resultados del ISDT

Comunas más saturadas (ISDT promedio)

San Pedro de Atacama
(Antofagasta)

Lo Barnechea (Metropolitana)

Torres del Paine (Magallanes)

Comunas menos saturadas (ISDT promedio)

Primavera (Magallanes)

Tocopilla (Antofagasta)

Llailay (Valparaíso)

Saturación por mes

Mayor:

Feb: 76 %

Ene: 75 %

Dic: 51 %

Menor:

Jun: 7,9 %

May: 9,3 %

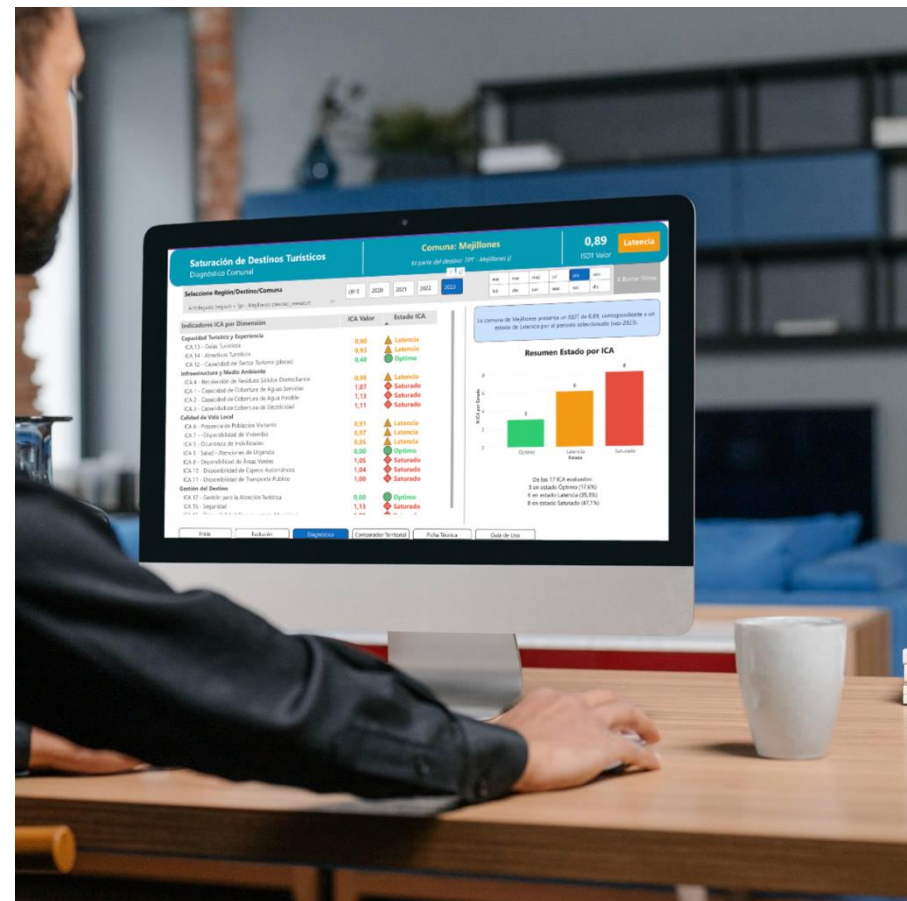
Abr: 11,6 %

ICA con mayor saturación

Aguas servidas

Agua potable

Electricidad





DESAFÍOS 2026

Seguridad turística y protección de niños, niñas y adolescentes

Compromiso país:

- Comisión Coordinadora de Protección Nacional.
- Comisión Técnica Interinstitucional para el Monitoreo de la Política Nacional de NNA.
- Marco de Acción contra la ESNNA.

1.032 personas capacitadas a la fecha en 2026 con proyección de 2.000 personas a diciembre.

40 códigos de conducta entregados a la fecha, con proyección de 80 empresas adheridas en 2026.





Cuenta Pública 2026
— Participativa —



**Queremos saber tu
opinión.
Participa escaneando
el código QR.**



SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

Cuenta Pública

— **Participativa** —

20 ★ 26



SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo

Gobierno de Chile