

2026

Balance de Gestión Integral

Etapas 1: Principales resultados de la gestión 2025

MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO
Servicio Nacional de Turismo



Principales resultados de la gestión 2025 según sus objetivos estratégicos del Servicio Nacional de Turismo¹

AUTORIDADES DEL SERVICIO	DEPENDENCIA DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO
Cristobal Benítez Villafranca, Jefe de Servicio Santiago Fernandez Poblete, Subdirector de Desarrollo Jessica Canelo Morales, Subdirectora de Marketing	Álvaro García Hurtado, Ministro de Economía, Fomento y Turismo Javiera Petersen Muga, Subsecretaria de Economía y Empresas de Menor Tamaño Verónica Pardo Lagos, Subsecretaria de Turismo Julio Salas Gutiérrez, Subsecretario de Pesca y Acuicultura

Con el fin de identificar los principales logros en la gestión, para cada objetivo estratégico del Servicio se presenta una priorización de las acciones que se llevaron a cabo para dar cumplimiento a los desafíos enunciados por cada uno de ellos²

OBJETIVO ESTRATÉGICO
Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país con enfoque territorial y perspectiva de género, considerando la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.

ACCIÓN 1	NUBE DE PALABRAS
Realizamos 164 acciones directas enfocadas al canal para fomentar la comercialización y conversión. Participamos en 13 ferias de turismo recreacional y 10 de turismo MICE. La inversión total en ferias y eventos alcanzó \$3.400 millones. Ejecutamos 92 campañas de conversión, de las cuales 64 fueron cooperadas con socios estratégicos. Estas acciones optimizan el uso de recursos y mejoran el alcance del posicionamiento internacional.	

¹ Las autoridades ministeriales y del servicio corresponden a aquellas vigentes al momento de emitir este informe

² La redacción de las acciones y justificación corresponde a un auto reporte elaborado íntegramente por el Servicio responsable de acuerdo con las directrices impartidas por la Dirección de Presupuestos

ACCIÓN 2

Gestionamos el segmento MICE mediante 47 acciones estratégicas. Obtuvimos 24 postulaciones ganadas a congresos internacionales con una tasa de éxito del 85,7%. Realizamos 8 visitas de inspección y 6 capacitaciones técnicas. Este trabajo consolida la captación de turismo de reuniones y fortalece el destino en el mercado de incentivos.

ACCIÓN 3

Ejecutamos 23 viajes internacionales para prensa e influenciadores. La inversión de \$121 millones generó una visibilidad en medios valorada en más de \$1.600 millones en publicidad. La estrategia se focalizó en mercados priorizados y nichos especializados. Estas acciones amplifican las campañas promocionales mediante contenido orgánico de alto impacto reputacional.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

Las acciones desarrolladas tienen un foco estratégico en la promoción internacional y la captación de mercados prioritarios y de alto gasto. La participación activa en ferias, eventos y campañas digitales, junto con la gestión de viajes de prensa, incrementó significativamente la visibilidad de Chile como destino. Como resultado de las acciones realizadas, el país superó los 6 millones de turistas extranjeros en 2025. Esta cifra es el mejor registro desde 2017 y el mayor registro tras la pandemia. El dato representa un crecimiento de 14,6% respecto de 2024. Este hito confirma una trayectoria sostenida al alza desde 2022. Las gestiones comerciales generaron nuevas oportunidades de negocio para el sector.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta, incorporando estándares de calidad, seguridad, sustentabilidad, accesibilidad e inclusión, incorporando perspectiva de género, mejorando el capital humano e impulsando la innovación y transformación digital.

ACCIÓN 1**NUBE DE PALABRAS**

Incorporamos 4.953 nuevos servicios al Registro Nacional de Prestadores. Esta cifra representa un alza del 13,5% respecto al año anterior. Ejecutamos 2.145 inspecciones a servicios de alojamiento (1.096) y turismo aventura (1.049); y realizamos 158 operativos para fiscalizar la operación de servicios turísticos informales a nivel nacional. Iniciativas desarrolladas en el marco del Plan de Formalización institucional para asegurar la seguridad de los turistas.

**ACCIÓN 2**

Concedimos 108 Sellos Q de calidad y 149 Sellos S de sustentabilidad. Asimismo, 992 prestadores se sumaron al compromiso de buenas prácticas. De esta manera un total de 1.141 prestadores de servicios turísticos toman un compromiso con el turismo sustentable.

ACCIÓN 3

Capacitamos a 6.988 personas a través de 124 acciones de promoción y más de 3.973 personas mediante la plataforma “Aprende Turismo”. Implementamos el Sistema de Apoyo a la Venta (SAVE). Esta herramienta informática gestiona reservas de paquetes turísticos entre Tour Operadores y Agencias de Viajes, impulsando la digitalización de pymes y mipymes del sector, entre ellas, 188 agencias de viajes a nivel nacional.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

La formalización y mejora de la oferta turística progresó mediante el incremento de registros y fiscalizaciones directas. Estas gestiones garantizan estándares de seguridad y calidad para las y los usuarios del sector. La promoción de sellos y la adhesión de prestadores a compromisos de sustentabilidad y buenas prácticas impulsan el desarrollo sostenible de la industria. Asimismo, la inversión en capacitación y la digitalización mediante el sistema SAVE fortalecieron el capital humano. Estos avances establecen las bases

para la innovación y competitividad del sector a nivel nacional.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Contribuir al desarrollo de la industria turística a nivel regional y local, disminuyendo la estacionalidad, a través de paquetes de viajes turísticos, que incorporan perspectiva de género, ejecutados en temporada de media y baja demanda.

ACCIÓN 1

NUBE DE PALABRAS

Ejecutamos 1.901 paquetes de viajes en los programas de Turismo Interno (Vacaciones Tercera Edad, Turismo Familiar y Gira de Estudio). La inversión alcanzó \$8.988 millones en subsidio estatal. Estos viajes produjeron más de 230.000 pernoctaciones en destinos nacionales. La acción dinamiza las economías locales durante las temporadas de media y baja demanda.



ACCIÓN 2

Ejecutamos "Turismo Mujer", una modalidad de viajes orientada a mujeres que permitió la participación de 3.395 pasajeras, generando más de 6.500 pernoctaciones. La iniciativa incorpora la perspectiva de género en la política pública de turismo.

ACCIÓN 3

Los programas de turismo interno beneficiaron a un total de 896 prestadores de servicios turísticos (alojamientos, restaurants, servicios de transporte, guías, operadores y agencias de viajes entre otros). El número de beneficiarios aumentó un 10% respecto a periodos anteriores. El apoyo fortalece a las pequeñas y medianas empresas en todo el territorio nacional.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

Los programas de turismo interno son una herramienta eficaz para combatir la estacionalidad en los destinos turísticos al desarrollar sus viajes en periodos de baja y media demanda, beneficiando a 82

comunas, 58 destinos y a más de 890 prestadores a nivel nacional, generando un impacto económico equivalente a 2,7 veces la inversión pública en estos territorios. Asimismo, las acciones desarrolladas contribuyen a la disminución de la estacionalidad turística a través de la movilización de 68.722 pasajeros. Asimismo, los programas de turismo interno permiten poner en valor destinos turísticos usualmente no considerados dentro de la oferta privada, logrando visibilizar nuevos destinos y/o territorios afectados por la baja demanda estacional.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

Realizar pronunciamientos técnicos sobre los requerimientos en el ámbito territorial y medioambiental para apoyar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos del país.

ACCIÓN 1**NUBE DE PALABRAS**

Ejecutamos el Plan Sectorial de Adaptación al Cambio Climático. Implementamos medidas de turismo regenerativo y gestión del riesgo de desastres. Emitimos 816 pronunciamientos técnicos sobre proyectos de inversión. Estas acciones aseguran que el desarrollo de la industria respete el marco normativo ambiental.

**ACCIÓN 2**

Lanzamos el Sistema de Medición de Destinos Turísticos, que evalúa el nivel de desarrollo y capacidad de atracción de 78 destinos del país: 19 incipientes, 15 en exploración, 16 en crecimiento, 15 en expansión y 13 consolidados. Implementamos la plataforma pública Monitor de Destinos, <https://monitordestinos.sernatur.cl/>. Esta herramienta facilita la toma de decisiones basada en datos para actores públicos y privados.

ACCIÓN 3

Gestionamos Zonas de Interés Turístico (ZOIT) y fortalecimos la gobernanza local. Durante 2025 presentamos 3 nuevas declaratorias de ZOIT (San José de Maipo, Isla de Maipo y Pirque) y 8 procesos de prórroga avanzaron en su tramitación. Los planes de acción de las 43 zonas vigentes alcanzaron un 41% de avance promedio. Asimismo, ejecutamos el Segundo Encuentro de Gobernanzas Turísticas con 300 participantes. Promovimos el reconocimiento de la Distinción de Municipalidad Turística, entregando 20 nuevas distinciones. Estas acciones impulsan la planificación territorial y la colaboración público-privada en los destinos.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

Las herramientas técnicas aseguran el desarrollo sustentable de los destinos mediante datos objetivos. Los planes de adaptación climática y gestión de riesgos aumentan la resiliencia del sector ante amenazas externas. Los pronunciamientos técnicos garantizan que la inversión sea compatible con la protección del

territorio. La gestión de las ZOIT y el apoyo a municipios consolidan la gobernanza público-privada local.

