



ACTA DE CONSEJO CONSULTIVO
VIERNES 12 DE DICIEMBRE 2025

PARTICIPANTES:

Nombre	Cargo / Representación	Nombre	Cargo / Representación
Verónica Pardo	Subsecretaria de Turismo	Luis Martínez	Representante, Asociación Chilena de Turismo Rural (ACHITUR A.G.)
Cristóbal Benítez	Director Nacional, SERNATUR	Alberto Pirola	Presidente, Hoteleros de Chile A.G. (Modalidad online)
Alejandro Buvinic	Subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales (S)	Luz María Oyarzo Cárdenas	Presidenta, Asociación Chilena de Turismo Rural (Modalidad online)
Rubén González	Gabinete Ministerio de Economía (en representación de la Subsecretaría Petersen)	Sara Adema	Gerenta, HYST – Asociación de Hoteles y Servicios Turísticos de Torres del Paine (Modalidad online)
Claudio Maggi	Gerente de Desarrollo Territorial, CORFO	Laura Cerda	Presidenta, Cámara de Turismo de la Región de Coquimbo (Modalidad online)
César Tolentino	Especialista Sectorial en Turismo, CORFO	Mariana Vidal	Presidenta, Cámara de Turismo de Pichilemu (Modalidad online)
Mónica Zalaquett	Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio Presidenta Ejecutiva, FEDETUR	Claudia Jara	Representante, SUBDERE (Modalidad online)
Lorena Arriagada	Secretaría General, ACHET	Alicia Ortiz Equipos Subsecretaría y SERNATUR	Representante, Enoturismo Chile Equipos técnicos

TEMARIO:

Bienvenida

- a) Contexto general
- b) Posicionamiento

Bloque 1

- a) Nueva conformación del Consejo Consultivo
- b) Estatus de la Ley de Reactivación y su implementación
- c) Cifras
- d) Preguntas

Bloque 2

- a) Destacados 2025
- b) Presupuesto 2026
- c) Acciones por mercado 2026
- d) Cooperación estratégica
- e) Preguntas

Bloque 3

- a) Productos audiovisuales
- b) Preguntas

RESUMEN

Durante la sesión del Consejo Consultivo de la Promoción Turística se presentó y revisó el contexto general de la promoción turística nacional e internacional 2025, y se prevén próximos pasos enmarcados en la implementación de la Ley de Reactivación y en los desafíos presupuestarios proyectados para el año 2026. La Subdirección de Marketing expuso los principales datos de desempeño, así como el estado de avance de la ejecución 2025 y los lineamientos estratégicos para el próximo período, destacando la necesidad de priorizar mercados y optimizar el uso de los recursos disponibles.

1. Bienvenida

La sesión se inicia dando la bienvenida a los asistentes y solicitando una presentación individual debido a la incorporación de nuevos gremios en la mesa.

2. Bloque 1

En este bloque, la Subsecretaria de Turismo Verónica Pardo presenta el contexto y la nueva conformación del Consejo.

Se explicó el proceso mediante el cual se definió la nueva conformación del Consejo Consultivo de Promoción Turística. Dicha conformación se realizó considerando criterios de representatividad sectorial, experiencia en mercados internacionales y vinculación directa con la cadena de valor del turismo, procurando una adecuada participación del ámbito público y privado. Asimismo, se buscó asegurar la presencia de actores relevantes de distintos subsectores y tipologías turísticas, con el objetivo de fortalecer el carácter estratégico y consultivo del Consejo en la definición y seguimiento de las acciones de promoción internacional.

La Subsecretaria también abordó el Proyecto de Ley de Reactivación del Turismo y nueva institucionalidad e indicó que se tramita con suma urgencia y tiene como objetivo fortalecer estructuralmente la promoción turística internacional, aumentando la llegada de turistas extranjeros y contribuyendo a la recuperación económica del sector. La iniciativa crea un Fondo de Promoción Turística Internacional con un aporte inicial de 11.000 UTA, financiado mediante una tasa del 1,25% sobre el valor de la pernoctación (sin IVA) pagada por turistas extranjeros con tarjetas foráneas. Asimismo, reemplaza el actual Consejo por una Comisión de Promoción Turística Internacional, ampliando la representación privada, incorporando a los Gobiernos Regionales y reconociendo legalmente los Comités de Mercado y Macrozonales, con una entrada en vigor estimada para el segundo semestre de 2026.

Adicionalmente, en este segmento se presentaron las principales cifras del turismo receptivo, destacando la recuperación sostenida de las llegadas internacionales en el período post pandemia. Se relevó el crecimiento del flujo de turistas en comparación con los años 2019 y 2023, así como la evolución positiva de mercados prioritarios definidos en el Plan de Marketing Turístico Internacional. Asimismo, se abordaron indicadores asociados a conectividad aérea, gasto turístico y estacionalidad, como elementos clave para evaluar el desempeño de la promoción internacional y orientar las acciones futuras del Consejo Consultivo.

Preguntas bloque 1

- Lorena Arriagada: Indica que es una mala noticia la reducción presupuestaria de casi un 30% y no admite dos lecturas. Expresa preocupación por la pernoctación en alojamiento informal donde no se recauda tasa.
- Alejandro Buvinic resalta que la política de cielos abiertos lleva casi 40 años sin variar, lo que permite la libertad de frecuencias con 89 mercados. Informa que se logró un acuerdo de cielos abiertos con Argentina que está llevando a un aumento de frecuencias. Sugiere invitar al director ejecutivo de la Junta de Aeronáutica Civil (JAC) a presentar al consejo.
- Mónica Zalaquett: Levanta alertas por la falta de información sobre las llegadas de extranjeros lo que es responsabilidad de PDI.
- Claudio Maggi: Le preocupa que en la conformación venidera no esté incluido Corfo.
- Subsecretaria Pardo: Indica que desea dejar estipulado en acta que Corfo y sus programas sean invitados de manera permanente al consultivo, con derecho a voz y no a voto.
- Alberto Pirola: Es escéptico sobre la aprobación de la ley, señalando que la implementación podría demorar más de un año. Solicita reactivar las conversaciones sobre el evento de USA de este año 2026 para que no se repitan errores del año anterior.

3. Bloque 2 y 3

En el Bloque 2 se revisaron los principales hitos de la ejecución 2025 en promoción nacional e internacional. A nivel nacional, se destacaron los resultados de la Rueda de Negocios Nacional, que fortaleció el encadenamiento comercial y la visibilidad de la oferta regional, así como una acción colaborativa en redes sociales que logró alta difusión y presencia mediática, reforzando la imagen de Chile como destino turístico. En el ámbito internacional, se relevaron acciones B2C y B2B, incluyendo un press trip en Brasil orientado a visibilizar la Araucanía Andina en medios de alta audiencia, junto con un aumento significativo de las campañas cooperadas con gremios, ampliando su alcance a más mercados bajo enfoques 360° y 90°. Finalmente se presentaron los resultados del Adventure Travel World Summit realizado en Chile por parte del Director Nacional quien destacó su alto nivel de participación, la fuerte colaboración público-privada y su contribución al posicionamiento del país como destino de intereses especiales.

Respecto al presupuesto, se presentó un comparativo entre los años 2025 y 2026, evidenciando una disminución de recursos para el próximo período, lo que implica una estrategia focalizada en mantener la proporción de inversión por mercado, resguardar las acciones cooperadas con gremios, aumentar selectivamente la inversión en Australia y reducir la participación en ferias internacionales, privilegiando eventos propios y acciones con mayor retorno esperado.

Finalmente, se expusieron los lineamientos de cooperación estratégica para 2026, incluyendo el trabajo conjunto con ProChile, Wines of Chile y aerolíneas, el fortalecimiento de capacitaciones al canal comercial, el apoyo a viajes de prensa y FAM mediante ventanilla abierta.

El director Nacional puso especial énfasis en nuevas herramientas de Inteligencia de Mercado que se disponibilizarán a la industria. Se incluirá un Dashboard con datos prospectivos (12 meses a



ACTA DE CONSEJO CONSULTIVO
VIERNES 12 DE DICIEMBRE 2025

futuro) en
el Data
Turismo

para la toma de decisiones, incluyendo búsquedas aéreas, capacidad aérea y reservas aéreas.

Preguntas bloque 2 y 3

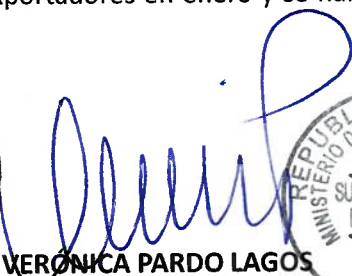
- Lorena Arriagada: lamenta no haber sido convocada al evento ATWS y sugiere tener el número de aporte valorado que invierte la industria en promoción con presupuesto propio. Sugiere también transparentar montos regionales.

4. Cierre sesión

Próximos Pasos: Se realizará una reunión de gremios exportadores en enero y se harán reuniones bilaterales con los gremios recién integrados.


CRISTOBAL BENITEZ VILLAFRANCA
DIRECTOR NACIONAL
SERNATUR




VERÓNICA PARDO LAGOS
SUBSECRETARIA DE TURISMO

