



Sernatur y ausencia en Anato: “Se ha privilegiado una estrategia focalizada en eventos propios”

En el marco del presupuesto para promoción turística, desde Sernatur señalaron que la estrategia 2026 se enfocará en acciones con mayor control de resultados.

El reajuste del presupuesto para promoción turística internacional obligó a las autoridades a reorganizar el plan para potenciar la llegada de turistas extranjeros a Chile durante 2026. Consultados por Ladevi, desde el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) explicaron que el año estará marcado por una estrategia que privilegiará acciones con “mayor control de resultados”.

Para muchos actores del sector, el recorte de 27% anunciado en la Ley de Presupuestos fue calificada como una “lámpida para el tu-

rismo”, ya que se traduce en una menor participación de Chile en ferias y eventos claves de promoción, como Anato 2026.

La estrategia de Sernatur para 2026

Según explicaron desde Sernatur a Ladevi, la participación en ferias internacionales implica costos elevados, como arriendo de espacios, montaje, operación, traslados y equipo, que el sector turístico no tiene para cubrir en igual medida que años anteriores.

En este contexto, el plan de

acción para el actual período se elaboró con un nuevo foco, el cual privilegiará eventos propios y despliegues comerciales de alto impacto.

“Se ha privilegiado una estrategia más focalizada en eventos propios y acciones comerciales de alto impacto, que permiten mayor control de convocatoria, segmentación de compradores y optimización del costo-beneficio, como los roadshows y workshops que Sernatur suele liderar en distintos mercados”, indicaron desde la entidad.

Entre los workshops que se realizarán durante el año destacan el de Brasil, que tendrá lugar en São Paulo el 7 de abril, junto con el de México y Europa, que aún no cuenta con un país definido. Además de roadshows en Norteamérica y Australia.

Además, de acuerdo con lo

señalado por diferentes directores regionales de Sernatur a Ladevi, junto con la realización en este tipo de eventos, el presupuesto se destinará a acciones de difusión como presencia en medios de comunicación masivos y especializados; y colaboraciones con influencers extranjeros de mercados estratégicos.

Ausencia en Anato e importancia de Colombia

Como muchos gremios turísticos han advertido desde el año pasado, el presupuesto limitado incidirá en una menor representación de Chile en mercados claves. Una de las ausencias más relevantes fue en Anato 2026, en Colombia, que se llevó a cabo en febrero con la participación de más de 1.600 expositores y 54 mil visitantes profesionales.

Al igual que en otros mercados, la ausencia de Chile en el encuentro preocupa, debido a que se trata de un país emisor importante que aún no se ha recuperado de la pandemia. Según registros de la Subsecretaría de Turismo, hasta noviembre del año pasado se recibieron a 128.324 colombianos, lo que se tradujo en una variación negativa de 9,9% en comparación con 2024.

Pese al rendimiento, desde Sernatur indicaron que durante el primer semestre no cuentan con acciones calendarizadas en el país debido a las restricciones presupuestarias. Sin embargo, adelantaron que se contemplan medidas “potentes” para reactivar el mercado.

Además, desde la entidad relevaron la importancia de Colombia como país emisor de turistas para Chile en diferentes segmentos, concluyendo que “lo posiciona como un mercado estratégico en la lógica de diversificación intrarregional”.