



Autoridades, gremios y actores del sector se reunieron en el Fedetur MeetUp 2026.

Fedetur MeetUp: industria proyecta un 2026 con menor volumen de turistas, pero mayor foco en rentabilidad

La segunda edición del Fedetur MeetUp dejó definiciones clave para el sector: diversificación de mercados, impulso a la inversión y uso estratégico de datos.

Con más de 200 participantes, el Fedetur MeetUp 2026, organizado por la Federación de Empresas de Turismo de Chile, se consolidó como un espacio clave de articulación para la industria turística nacional, reuniendo a autoridades, gremios y actores del sector en el Hotel Almacruz, en Santiago.

Durante la apertura, la presidenta ejecutiva de Fedetur, Mónica Zalaquett, enfatizó la necesidad de avanzar hacia una industria más coordinada, con mayor acceso a información estratégica y foco en la generación de oportunidades concretas de negocio.

La dirigente advirtió que la data, la colaboración público-privada y la capacidad de adaptación "dejaron de ser atributos deseables para pasar a ser condiciones esenciales para competir".

Asimismo, destacó el peso

del turismo en la economía nacional, con más de 700 mil empleos y presencia en todo el territorio.

Gobierno fija meta: elevar el turismo al 4% del PIB para 2030

En la misma línea, la subsecretaria de Turismo, María Paz Lagos Valdivieso, planteó la necesidad de reposicionar la actividad como un sector económico estratégico.

"El turismo tiene que pasar definitivamente a las páginas económicas, porque hablamos de empleo, inversión, productividad y oportunidades para miles de familias", señaló.

Actualmente, el sector representa cerca del 3% del PIB y el 7% del empleo nacional. Sin embargo, la autoridad fijó como objetivo elevar su participación al 4% del PIB hacia 2030, junto con un crecimiento del 10% en el empleo.

Para ello, anunció una agenda enfocada en facilitar la inversión y reducir barreras, incluyendo el destrabe de cerca de 90 permisos asociados al sector en los próximos seis meses en coordinación con el Ministerio del Medio Ambiente.

Proyecciones 2026: menos turistas, pero mayor valor

Uno de los puntos centrales del encuentro fue la presentación de las proyecciones de Fedetur para 2026.

Si bien 2025 cerró con más de 6 millones de llegadas internacionales —un crecimiento del 14%—, el análisis evidenció una alta dependencia del mercado argentino. Sin este flujo, el país habría registrado cerca de 3,1 millones de turistas.

Para 2026, se proyectan 5,4 millones de llegadas, lo que representaría una caída del 10,4% respecto al año anterior. No obstante, el foco estará puesto en la rentabilidad.

"Será un año de valor más que de volumen", indicaron desde Fedetur, en línea con una tendencia global donde el gasto tu-

rístico crece a mayor ritmo que las llegadas.

Conectividad y demanda: el desafío de convertir el interés en viajes

El análisis también evidenció que Chile cuenta con una base sólida de conectividad aérea, con más de 30 millones de asientos disponibles, por lo que el desafío no está en la oferta, sino en la capacidad de llenar esa disponibilidad.

En ese sentido, se registraron cerca de 280 millones de búsquedas vinculadas a viajes hacia Chile, lideradas por mercados como Brasil y Estados Unidos.

Además, se advirtió que el contexto internacional seguirá siendo un factor determinante, con variables como la inflación turística global —estimada entre 6% y 8%— y la competencia por flujos turísticos en eventos como el Mundial de Fútbol.

Diversificación y estrategia: claves para la competitividad del destino Chile

Tanto desde el sector público como privado coincidieron en la urgencia de diversificar mercados emisores, considerando que cerca del 50% de los turistas internacionales provienen de Argentina, lo que genera una alta exposición a cambios externos.

En este contexto, se planteó la necesidad de fortalecer la inteligencia de mercado, avanzar hacia modelos predictivos y adaptar la oferta a nuevas tendencias.

El encuentro concluyó con el desarrollo del Marketplace Nacional, instancia orientada a la generación de negocios y vinculación comercial, reforzando el objetivo del evento de traducir la estrategia en oportunidades concretas para la industria. 