



FOTOS: GENTILEZA SERNATUR ARICA Y PARINACOTA



CAMPAÑAS CONTRIBUYERON AL AUMENTO DE UN 28,94% EN PERNOCACIONES EN 2025 Y UN 22,3% EN ENERO DE 2026.

## Cifras del INE ratifican recuperación del turismo en 2025 e inicios del 2026

Con campaña turística Arica y Parinacota ha estado presente en Bolivia, Perú, España e importantes ciudades de Chile.

Redacción  
La Estrella

Las cifras oficiales del INE, a través de la Encuesta Mensual de Alojamiento Turístico (EMAT), confirmaron el crecimiento de la región durante 2025 y comienzos de 2026. Con un 28,94% de aumento anual en pernoctaciones en 2025 y un 22,3% en enero de 2026, Arica y Parinacota se posiciona muy por encima del promedio nacional de 3,5%, consolidándose como el destino líder en Chile.

Uno de los factores determinantes de este éxito ha sido fruto de la intensa campaña de promoción "Arica y Parinacota Siempre un buen destino", financiada por el Gobierno Regional y el Consejo Regional, y ejecutada por Sernatur en coordinación con gremios y operadores turísticos.

La región se tomó los espacios publicitarios más es-

tratégicos: desde los impresionantes teleféricos en La Paz (Bolivia), hasta pantallas en vía pública y en los principales aeropuertos de Chile (Iquique, Antofagasta, La Serena, Santiago y Concepción). A esto se sumaron banners en las principales plataformas mundiales de compra de pasajes y paquetes turísticos de agencias de viajes.

### VITRINAS VARIADAS

Las acciones de promoción también permitieron que operadores turísticos regionales estuvieran presentes en importantes vitrinas nacionales e internacionales como la feria VYVA en Santiago, FITUR en Madrid, España; la Cumbre Mundial de Turismo Aventura ATTA en Puerto Natales, y eventos fronterizos en Tacna, La Paz y Santa Cruz, entre otras acciones presenciales.

El trabajo promocional también destacó en los medios masivos. La estrategia



ARICA SE RECUPERA COMO DESTINO TURÍSTICO.

contempló gestiones como la transmisión en vivo de más de 4 horas del matinal "Buenos Días a Todos" durante el Carnaval con la Fuerza del Sol, y extensos recorridos en el programa "Chile Conectados" de TVN. Paralelamente, las campañas en RRSS en la plataforma Meta registran a la fecha más 24 millones de visualizaciones en Instagram y más de 16 millones en Facebook, la campaña también ha obtenido más 3 millones

de visualizaciones en las plataformas de Google Ads, como YouTube y Display.

En lo regional durante enero y febrero Sernatur desplegó una campaña en medios locales para promover el calendario: "Temporada de Carnavales", para difundir entre locales y turistas los diversos eventos y actividades estivales de la región, como el Anata de Putre o la Expo Agrocrom de Camarones, entre otros. Estas acciones se proyectan también

### "EJE ESTRATÉGICO"

El Gobernador Regional, Diego Paco, destacó que "el turismo es uno de los ejes estratégicos del desarrollo de nuestra región. Esta campaña de promoción y difusión nos ha brindado resultados positivos, siendo prueba de ello el crecimiento de pernoctaciones que nos posiciona como la región líder a nivel nacional. Para este 2026, el objetivo es continuar apoyando esta senda de crecimiento con responsabilidad y coordinación con el sector privado."

Por su parte, el director regional de Sernatur Luis Alberto Duarte subrayó que "los resultados de la última encuesta EMAT confirman lo que hemos venido trabajando con fuerza en la región: Arica y Parinacota se consolida como un destino turístico en crecimiento, con una oferta diversa que atrae cada vez más visitantes. Estos datos nos instan a seguir fortaleciendo la promoción. En el presente año 2026 ya estamos articulando campañas permanentes y otras tácticas para los fines de semana largo, y proyectando las acciones promocionales para las vacaciones de invierno y la temporada alta 2026-2027."

El presidente de la Cámara de Turismo de Arica, Miguel Maldonado, agregó que "durante el último año, hemos intensificado nuestros esfuerzos en mercados fuera de Chile, especialmente en Bolivia y Perú, además de aprovechar diversas ferias en Chile para promover Arica como destino. La inversión en promoción ha sido crucial, porque sin recursos el destino se debilita. Es importante destacar el trabajo de Sernatur, que ha logrado ejecutar los fondos de manera eficiente, fortaleciendo nuestro posicionamiento".

durante los próximos fines de semana largo, como Semana Santa o eventos como la FERAN de Putre, la Quilpa de General Lagos o la Vendimia de Codpa, con campa-

ñas tácticas en Iquique y Tacna, entre otros mercados, para promover escapadas con interesantes ofertas locales en los servicios turísticos.