

DF

DIARIO FINANCIERO®

SUPLE
MENTOSANTIAGO DE CHILE
VIERNES 17 DE ABRIL DE 2026

VIAJES CORPORATIVOS Y TURISMO MICE

LO QUE VIENE PARA EL TURISMO DE NEGOCIOS EN UN ESCENARIO DE MAYOR INCERTIDUMBRE GLOBAL

15

Actores ligados al segmento local de turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones proyectan un 2026 favorable para el país ante su fortalecimiento como destino de este tipo de viajes.

POR ANAÍS PERSSON

El gasto global en viajes corporativos se encamina a un escenario de estabilidad durante este año. Según la Global Business Travel Association (GBTA), el 44% de las empresas prevé aumentar su gasto en 2026, mientras que un 40% espera mantenerlo en línea con 2025. Entre quienes proyectan alzas, el incremento promedio alcanzaría el 12%, y solo el 13% de los compradores encuestados prevé una disminución.

En Chile se observa una tendencia similar. Desde la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (Achet), su secretaria general, Lorena Arriagada, señala que el segmento de turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones (MICE, por su sigla en inglés), muestra "señales de recuperación sostenida", impulsada por la consolidación de instancias presenciales y eventos empresariales. "Las perspectivas para el segmento MICE durante este año se proyectan positivas, especialmente porque Chile aparece como una alternativa atractiva en un escenario global marcado por la incertidumbre", dice.

La presidenta ejecutiva de Fedetur, Mónica Zalaquett, proyecta un aumento de 13% en las llegadas de turistas por motivo de negocios para este 2026, "lo que confirma una tendencia sostenida de expansión del mercado corporativo". Además, destaca el alto impacto económico del segmento, donde un

viajero de negocios puede gastar entre 200% y 300% más que uno de ocio.

Según datos difundidos por Sernatur, Santiago alcanzó el tercer lugar en el ranking ICCA 2024 en las Américas, año en que Chile registró 98 congresos y eventos internacionales, 21 más que en 2023, lo que refleja una mayor capacidad para atraer reuniones y convenciones de escala internacional.

Para la head of business management de Turavion, Alejandra Rivas, estas cifras reflejan un fortalecimiento del destino, aunque con un cambio en la naturaleza de la demanda. "Hoy las empresas esperan más visibilidad, más control y una relación clara entre gasto y objetivo (...). Para 2026, eso nos hace pensar en un crecimiento más asociado a una calidad de demanda, valor del evento y diseño de experiencias, que a volumen por sí solo", explica.

La coordinadora de grupos en DoubleTree by Hilton Santiago Vitacura, Gabriela Moscoso, añade que la demanda se ha vuelto más dinámica, con eventos que se concretan en plazos más acotados y una mayor frecuencia de grupos de menor escala, lo

que exige mayor flexibilidad operativa.

Aumento de costos

Este cambio responde, en gran parte, al contexto económico. Según Rivas, el aumento de costos y la incertidumbre global están llevando a las empresas a optimizar sus desplazamientos, privilegiando viajes más cortos, agendas más intensivas y mayor planificación.

Entonces, las tendencias se traducen en una gestión más eficiente. El gerente general de Transvip, Santiago Caicedo, afirma que las empresas están priorizando la optimización de recursos, con delegaciones más acotadas y soluciones tecnológicas que permiten reducir hasta en un 40% los costos de traslado. A ello se suman factores como la seguridad y la sostenibilidad, que están ganando peso en la toma de decisiones.

Pese a las altas expectativas, persisten desafíos para consolidar al país como destino. "Chile requiere mejorar la conectividad entre regiones para facilitar la movilidad hacia destinos corporativos fuera de Santiago, y al mismo tiempo robustecer las rutas internacionales con más fre-

cuencias y tarifas más atractivas hacia mercados estratégicos", advierte Arriagada.

Incertidumbre geopolítica

A esto se suma el impacto de la inestabilidad global, que está reconfigurando los patrones de viaje. La incertidumbre lleva a las empresas a priorizar destinos seguros y eficientes. Para Arriagada, esto le abre oportunidades al país, ya que "reúne condiciones de estabilidad y competitividad que pueden transformarlo en un destino relevante para empresas que buscan sedes confiables para sus encuentros y convenciones". No obstante, advierte que también eleva las exigencias para competir en el segmento MICE.

La representante gremial destaca asimismo la necesidad de contar con una política pública que impulse el turismo de negocios. "El esfuerzo privado ha sido permanente, pero si queremos competir con fuerza en el mercado internacional, el Estado debe acompañar con promoción, inversión y herramientas concretas, como la aprobación de la Ley de Reactivación del Turismo, que sigue pendiente en el Congreso", concluye.

13%

CRECERÍAN LAS LLEGADAS DE TURISTAS POR MOTIVOS DE NEGOCIOS EN CHILE EN 2026, PROYECTA FEDETUR.