

COMUNICADO DE PRENSA

Asociación Chile de Empresas de Turismo: “El gobierno comprometió un aumento para promoción turística internacional y esperamos que cumpla”

- *El gremio calificó como desconcertante y sumamente preocupante que el proyecto de Presupuesto 2027 no refleje lo anunciado por las autoridades y llamó a corregir esta situación durante su tramitación.*

Miércoles 14 de octubre de 2026. La Asociación Chilena de Empresas de Turismo (Achet) expresó su preocupación porque el proyecto de Presupuesto 2027 no incorpora la inversión comprometida por el gobierno para promoción turística internacional. La asociación advirtió que esta decisión contradice lo anunciado por el ministro de Economía, Fomento y Turismo y la subsecretaria de Turismo en distintas reuniones y entrevistas en prensa, y debilita las posibilidades de impulsar el empleo, la inversión y el desarrollo turístico del país.

“Hay un compromiso del gobierno de fortalecer y aumentar el presupuesto para promoción turística internacional y esperamos que se cumpla. Es desconcertante y sumamente preocupante que el proyecto presentado no refleje lo que las propias autoridades anunciaron. Aunque estamos en la fase inicial del debate presupuestario, no comprendemos que la primera señal concreta sea contraria a lo expresado”, señaló Lorena Arriagada, secretaria general de Achet.

La representante gremial recordó que, hace pocas semanas, el sector privado adhirió al llamado del Ejecutivo, en el marco del Congreso Futuro, a trabajar en conjunto para transformar a Chile en una potencia turística al año 2050.

“Compartimos esa visión y queremos contribuir a construirla, pero necesita decisiones que la sustenten desde hoy. Convocar al sector a trabajar por ese objetivo y luego presentar un presupuesto que no cumple el compromiso de promoción genera una contradicción y afecta las confianzas necesarias para avanzar juntos”, afirmó.

Desde Achet sostienen que la pérdida de competitividad turística de Chile se explica, en parte, por la ausencia de una visión de Estado que permita sostener una estrategia sólida de mediano y largo plazo. En ese contexto, destacan que la promoción internacional es indispensable para atraer visitantes y generar demanda para toda la cadena de productos y servicios turísticos.

“Detrás de esta inversión hay agencias de viajes, operadores, alojamientos, restaurantes, transportistas y muchas otras empresas que diariamente generan empleo, pagan impuestos

e invierten. Para que esa cadena pueda sostenerse y crecer, necesitamos que la oferta de Chile sea conocida y elegida en los mercados internacionales”, explicó Arriagada.

El gremio subrayó que la falta de recursos afecta especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas, que cuentan con menor capacidad para financiar por sí solas acciones de promoción en el exterior y que desarrollan su actividad en localidades de todo el país. “Las pymes necesitan que exista un esfuerzo de promoción internacional que les permita llegar a nuevos clientes. Cuando Chile pierde presencia en esos mercados, las consecuencias se sienten en las reservas, las ventas y las oportunidades de empleo en cada destino. La promoción tiene un efecto concreto sobre las economías locales”, agregó Arriagada.

Turismo: un aliado para la reactivación

A su vez, Achet planteó que el turismo debe ocupar un lugar relevante dentro de las prioridades de reactivación del gobierno, por su capacidad para estimular el consumo, atraer inversiones y generar oportunidades laborales, especialmente para mujeres y jóvenes.

“Si el gobierno busca reactivar el empleo y el consumo, ¿por qué no fortalecer al turismo como una de las palancas para lograrlo? Tenemos una oferta atractiva y empresas preparadas para recibir más visitantes. Lo que necesitamos es acompañar ese esfuerzo con una inversión que permita aumentar la demanda”, sostuvo.

La asociación también destacó la importancia de que los recursos destinados por las regiones a promoción turística estén acompañados por una estrategia nacional que fortalezca el posicionamiento de Chile en el exterior.

“Los esfuerzos regionales necesitan una promoción internacional de país que los potencie. Debemos articular esas inversiones para que más visitantes elijan Chile y recorran sus distintos destinos. Sin una estrategia nacional suficientemente financiada, desaprovechamos parte de ese trabajo”, indicó.

Finalmente, Achet llamó al Ejecutivo a incorporar el incremento comprometido durante la tramitación del Presupuesto 2027 y al Congreso a considerar el aporte que realiza el turismo al crecimiento y al empleo.