

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



1.

CHILE 2026
Visión General del País

VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026

TABLA DE CONTENIDO

Marco geográfico

Estructura administrativa turística

Marco sociodemográfico

Marco económico

MARCO GEOGRÁFICO

EXTENSIÓN

756.945 km²

38º país del mundo
4.270 km entre sus extremos
norte y sur, y un ancho
promedio de 175 km.

SITUACIÓN

América del Sur

7.800 km de fronteras que se
extienden al norte con Perú, al
este con Bolivia y Argentina, al
sur y el oeste con el Océano
Pacífico; y al sur con el territorio
antártico.

CHILE



4

Clima

La amplitud latitudinal de Chile (de casi 40 grados), su relieve y la influencia del océano son los principales factores que explican la variedad climática del país. En el norte, el clima es desértico, con escasas precipitaciones. En la costa hay una abundante nubosidad y las temperaturas descienden debido a la fría corriente de Humboldt. En el interior la oscilación térmica es alta con poca humedad y ausencia de nubes. En el altiplano, las temperaturas descienden creando un clima estepárico frío al igual que en la zona austral. En el territorio antártico predomina el clima polar y la isla de Pascua presenta un clima subtropical.

Relieve

Está constituido por tres grandes zonas geográficas. La primera y principal es la zona continental, que comprende la franja que se extiende desde el Océano Pacífico hasta las cumbres más altas divisorias de aguas de la cordillera de los Andes. La segunda zona se corresponde con el Chile insular: archipiélago Juan Fernández, islas Desventuradas, islas Salas y Gómez; e isla de Pascua. Por último, estaría el Territorio Chileno Antártico, sobre el cual también hay reclamaciones territoriales argentinas y británicas.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA TURÍSTICA

Estructura administrativa turística y órgano de promoción

La República de Chile es un Estado unitario, integrado por 16 regiones. La administración del estado es funcional y territorialmente descentralizada y desconcentrada.

A la cabeza de la organización administrativa federal se encuentra el Presidente de la República, que es a la vez Jefe de Estado y Jefe de Gobierno. Dependiendo del Presidente se encuentran los Ministerios. Por debajo de estos se sitúan las Subsecretarías, órganos políticos de carácter sectorial.

En lo que respecta al sector turístico, las competencias dentro del Gobierno de la República se encuentran en el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y, en concreto, de la **Subsecretaría de Turismo**. La actual Subsecretaria de Turismo es María Paz Lagos Valdivieso.

A continuación, se muestra el organigrama de la Subsecretaría de Turismo

5

Organigrama Subsecretaría de Turismo

Subsecretaría de Turismo
 Gabinete
 División de Articulación y Planificación Estratégica
 Unidad de Infraestructura e Innovación
 Unidad de Experiencias Turísticas y Capital Humano
 Unidad de Territorios y Adaptación al Cambio Climático
 Unidad de Comunicaciones
 División de Estudios
 Unidad de Estudios
 Unidad Jurídica
 Unidad de Relaciones Internacionales
 Unidad de Gestión Estratégica y Administrativa

Fuente: subturismo.gob.cl

El **Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)** es un organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile.

Se creó en 1975 con el objeto de investigar, planificar, fomentar, controlar, promover y coordinar la actividad turística de Chile.

Su misión actual es la ejecución de planes y programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sostenible de la actividad turística; incentivando la especialización, la calidad y la competitividad de la industria; y promocionando los



destinos y atractivos turísticos nacionales, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

Entre sus funciones se encuentran: la ejecución de las acciones de promoción y difusión de los destinos; la regulación de la formalidad de los servicios turísticos; el apoyo técnico al desarrollo sostenible de los destinos y el soporte a la gestión turística local mediante el acceso a herramientas digitales; la promoción a la diferenciación y especialización de los prestadores de servicios turísticos; y el desarrollo de paquetes de viajes turísticos, en temporada de media y baja demanda.

A continuación, se muestra el organigrama del SERNATUR.

Organigrama de SERNATUR

Dirección Nacional

- Unidad de Gabinete de Dirección Nacional

- Unidad de Coordinación de Regiones

- Unidad de Comunicaciones

- Unidad de Gestión Institucional

- Unidad de Auditoría Interna

- Fiscalía

- Direcciones Regionales de Turismo

Subdirección de Desarrollo

- Unidad de Desarrollo Empresarial

- Unidad de Desarrollo de Destinos Turísticos

Subdirección Administrativa

- Unidad de Gestión y Desarrollo de las Personas

- Unidad de Finanzas

- Unidad de Administración

- Unidad de Tecnologías y Sistemas

Subdirección de Marketing

- Unidad de Mercados

- Unidad de Operaciones

- Unidad de Gestión, Administración y Procesos

Departamento de Turismo Interno

- Unidad Programa de Vacaciones Tercera Edad

- Unidad Programa Gira de Estudios

- Unidad Programa Turismo Familiar

Departamento de Estadísticas

Departamento de Regulación de Servicios Turísticos

- Unidad de Evaluación de Formalización

- Unidad de Registro

Fuente: sernatur.cl

La Dirección Nacional de SERNATUR está ubicada en Santiago. Tiene representación en todas las regiones a través de las 16 Direcciones Regionales de Turismo y cuenta,



además, con oficinas locales en San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, Chillán, Los Ángeles, Arauco, La Unión, Osorno, Chiloé, Palena y Puerto Natales

Por otro lado, la **Fundación Imagen de Chile** es una fundación público-privada que tiene como misión promover una imagen positiva y sólida de Chile a nivel internacional, para contribuir a su posicionamiento, incidencia internacional, reputación y competitividad y, a través de ello, a su desarrollo.

Trabaja con las principales entidades, públicas, privadas y de la sociedad civil que realizan promoción internacional del país, coordinando esfuerzos para atraer inversiones, talento y turismo, y para dar a conocer nuestras fortalezas comerciales y valores, aquello en lo que creemos y defendemos; y tiene bajo su responsabilidad la gestión de la Marca Chile.

Está dirigida por un Directorio de 14 personas, presidido por el Ministro de Relaciones Exteriores; y con la participación del Ministro de Hacienda, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, del Ministro de las Culturas, las Artes y el Patrimonio; y 10 personalidades de otros sectores.

7

Finalmente, **ProChile** es el organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores responsable de la promoción de los productos y servicios chilenos en el mundo, incluyendo el turismo; así como la captación de inversión directa hacia el país. Creado en 1974, tiene oficinas en Canadá (Montreal y Toronto), Estados Unidos (Washington, Los Ángeles, Miami y Nueva York), México (Ciudad de México y Guadalajara), Costa Rica, Guatemala, Panamá, República Dominicana, Cuba, Argentina (Buenos Aires y Mendoza), Bolivia, Brasil (Belo Horizonte y Sao Paulo), Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela, Alemania (Hamburgo y Berlín), España, Francia, Italia, P. Bajos, Polonia, R. Unido, Rusia, Suecia, Marruecos, Turquía, EAU, Australia, Chila (Pekín, Changdú, Cantón y Shanghai), Corea del Sur, Tailandia, Malasia, India (Mumbai y N. Delhi), Taipei, Japón y Vietnam.

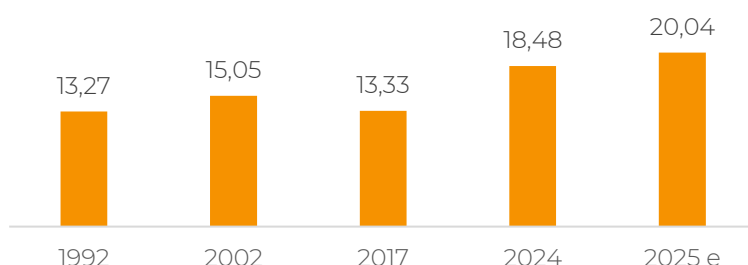
Las regiones chilenas están adquiriendo y ejerciendo competencias directas en turismo a través de un proceso de descentralización. El traspaso de estas atribuciones desde el nivel central hacia los gobiernos regionales incluye Competencias exclusivas tales como la declaración y gestión de Zonas de Interés Turístico; la planificación estratégica a través del desarrollo, diseño y promoción de los destinos y productos específicos de la región; o la gestión de las Oficinas de Información Turística.

MARCO SOCIODEMOGRÁFICO

Población total y tasa de crecimiento. Distribución de la población por edad

Chile es el sexto país más poblado de América Latina, por detrás de México, Brasil, Colombia, Argentina y Perú. Los últimos datos relativos a la población chilena proceden del Censo realizado en el año 2024. De acuerdo con el mismo, la población total censada de Chile era de 18,48 millones de habitantes (51,5% mujeres y 48,5% hombres), lo que supone un 6,65% más con respecto al Censo de 2017. La estimación de población estimada en 2025 es de 20,03 millones de personas.

Evolución de la población en Chile
(1992-2025)

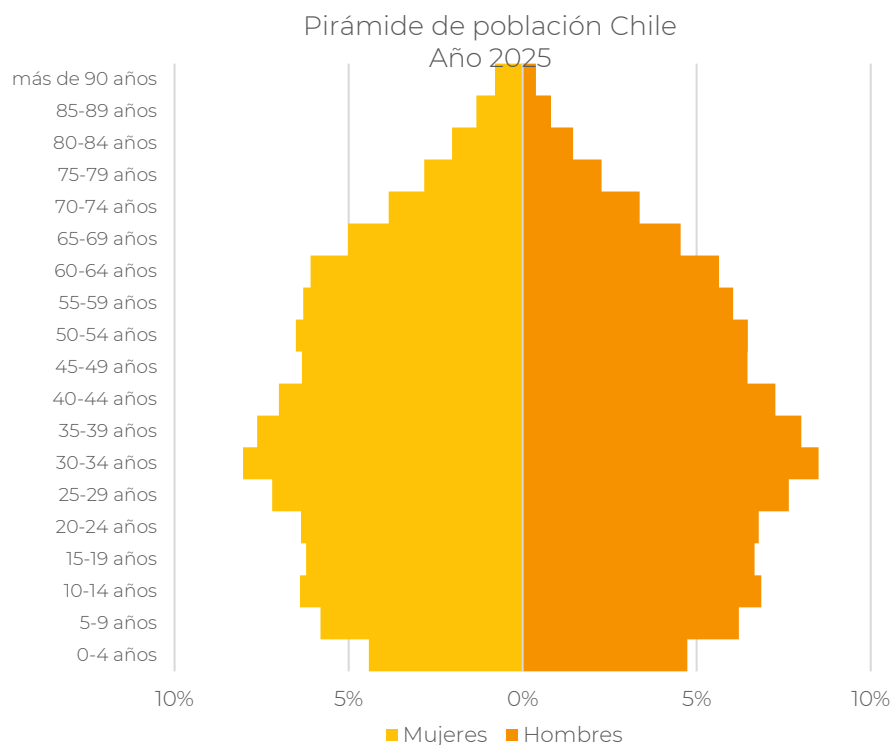


Fuente: INE – Censo 2024 (e) estimación

La edad media de la población de acuerdo con el Censo 2024 es de 38,1 años, lo que supone un aumento de 2,2 años con respecto al anterior de 2017 y 10 años más que en 1992.

El 15% de la población (15,4% de las mujeres y 12,5% de los hombres) tiene más de 65 años. La esperanza de vida al nacer es de 83,7 años para las mujeres y de 78,9 años para los hombres, siendo la esperanza de vida media del conjunto de la población de 81,3 años.

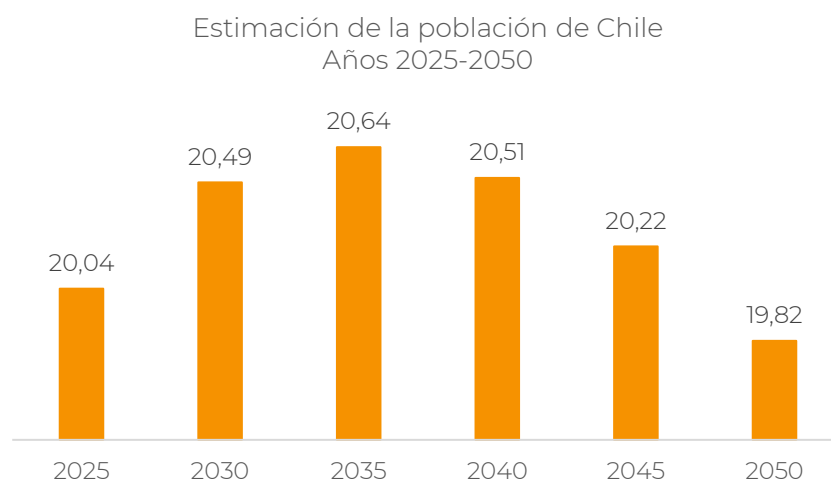
El siguiente gráfico muestra la pirámide de población, en la que se aprecia una caída de los nacimientos en los últimos 5 años, coincidiendo con la pandemia de la COVID-19.



Fuente: INE – Censo 2024

Distribución de la población por edad 2050

A partir de los datos del Censo 2024, el INE ha realizado una estimación de la población en Chile para los próximos años. De acuerdo con la misma, se estima que la población será de 19,82 millones de habitantes en 2050. Tras alcanzar un máximo en 2035, la población comenzará a reducirse, tal y como muestra el gráfico siguiente.



Fuente: INE – Censo 2024

VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026

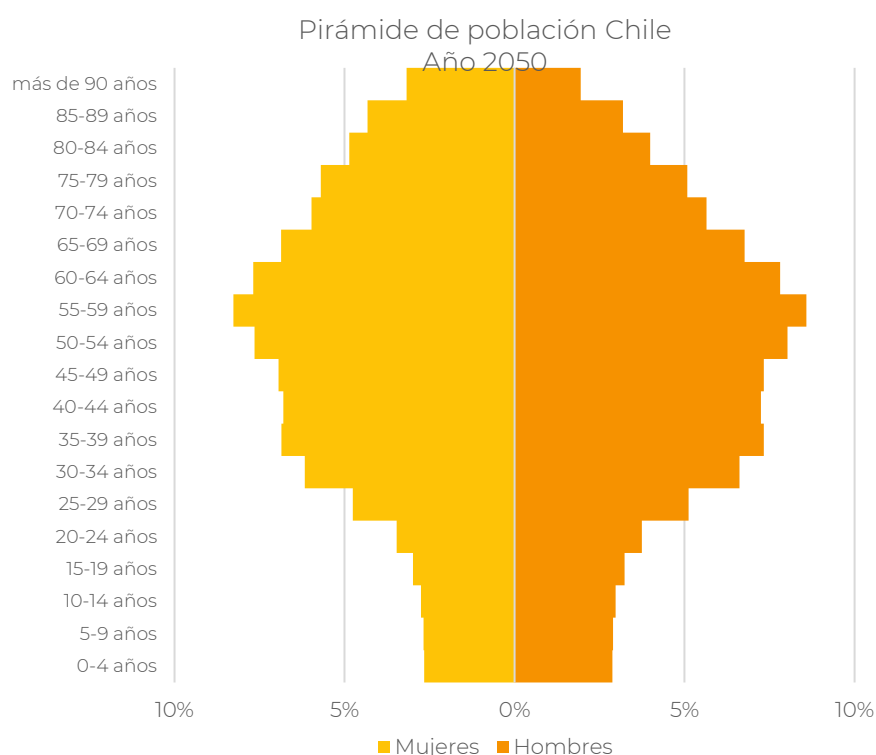
El crecimiento de la población se situará en torno al 0,30% anual entre 2025 y 2035, momento en el que comenzará a disminuir a tasas del 0,27% anual hasta el año 2050.

Uno de los principales motivos por los que se irá suavizando el crecimiento de la población y posterior caída es el descenso en los niveles de fecundidad, que se sitúan por debajo del nivel de reemplazo de la población, establecido en 2,1 hijos por mujer. Según el Censo 2024, la tasa de fecundidad fue de 1,03 hijos por mujer en 2024, frente a los 2,15 hijos por mujer de 1998.

La disminución de la población en Chile se verá compensada por la llegada de inmigrantes procedentes de otros países. En torno al 70% de los extranjeros que viven actualmente en Chile llegó después de 2017.

Este hecho aparece reflejado en la pirámide de población estimada para 2050 donde se producirá una concentración de la misma en los rangos de edad mayores.

10

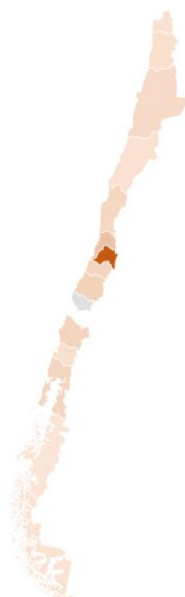


Fuente: INDEC – Instituto Nacional de Estadística y Censo, sobre datos de censo-2010

Distribución de la población por territorio

Chile presenta una densidad de población y baja, 26,5 habitantes por kilómetro cuadrado. Existe una alta concentración en la Región Metropolitana de Santiago, donde se encuentra el 40% de la población.

Distribución de la población
Año 2024



Fuente: INE – Censo 2024

Las principales zonas pobladas de Chile, por población, son: Gran Santiago (7,12 mill. de habitantes), Gran Concepción (0,96 mill.), Gran Valparaíso (0,94 mill.), Gran La Serena (0,49 mill.), y Antofagasta (0,39 mill.).

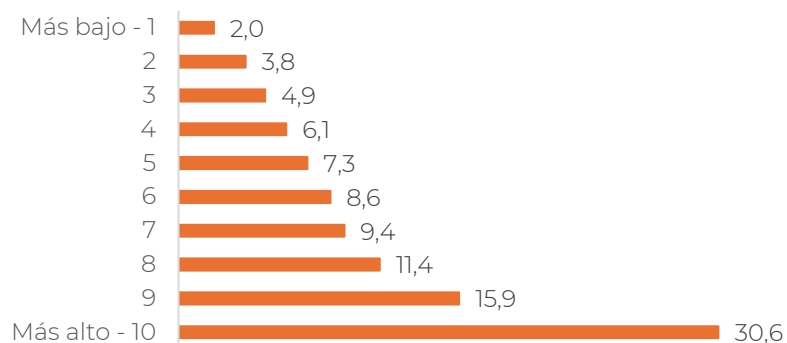
Distribución de la riqueza

De acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Social y Familia, el ingreso mensual medio, en noviembre de 2024, era de 1.541.266 pesos chilenos.

En 2024, el 17,3% de la población chilena se encontraba en situación de pobreza (3,2 puntos menos que en 2022) mientras que el 6,9% se encontraba en situación de pobreza extrema.

El cuadro siguiente muestra la distribución del ingreso por deciles. La brecha de ingresos entre el primero y el último es de 15,4 veces.

Concentración del ingreso por deciles
Año 2024

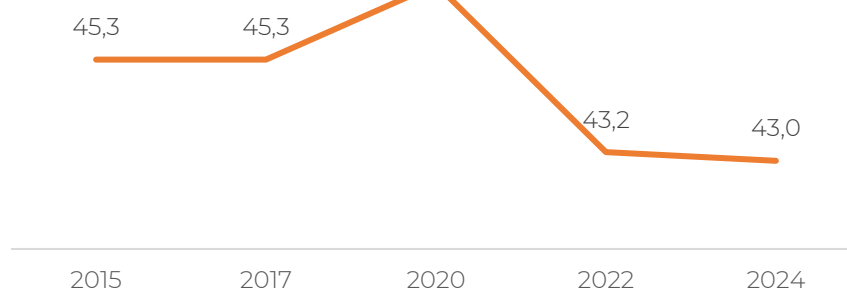


Fuente: Ministerio de Desarrollo Social y Familia basado en la Encuesta de Características Socioeconómicas Nacional (Casen 2024)

El Índice de Gini se sitúa actualmente en 43,0 (el de España es de 31,5) lo que muestra la existencia de importantes desigualdades, que se producen tanto a nivel regional como social.

12

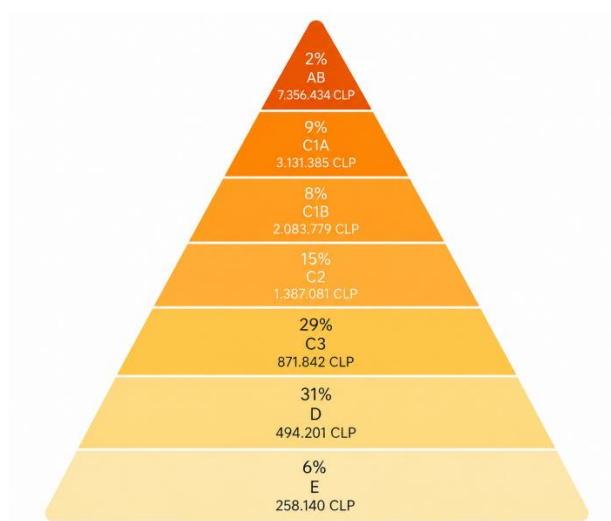
Índice de Gini
Años 2015-2024
47,0



Fuente: Banco Mundial

AIM, la Asociación de Investigadoras de Mercado y Opinión Pública de Chile, determina periódicamente los diferentes niveles sociales en función de la renta, la educación y la ocupación. De acuerdo con su clasificación, los hogares de clase alta y media alta (ABCI) representan el 19% de los hogares, con un ingreso mensual mínimo de 2.683.724 pesos chilenos.

Pirámide social chilena
Tercer trimestre 2025



Fuente: AIM Chile

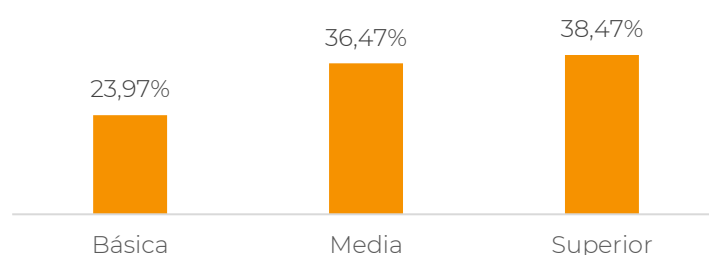
13

Distribución de la población por niveles de formación/educación reglada

El gráfico muestra el nivel académico máximo alcanzado en toda la población chilena mayor de 25 años.

Algo menos de la cuarta parte de la población completó solamente la educación básica, mientras que casi un 40% completó la educación superior.

Máximo nivel de educación alcanzado
Año 2024



Fuente: INE – Censo 2024

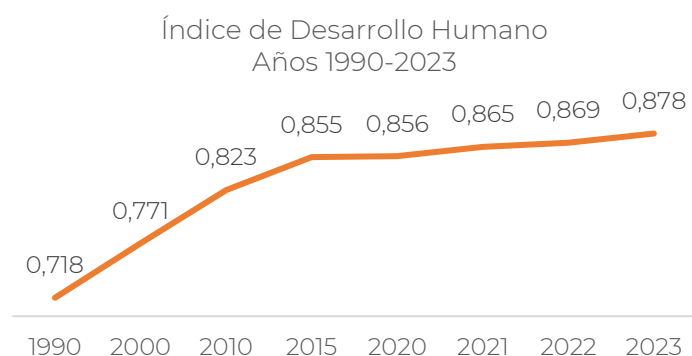
Desarrollo humano

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) otorga a Chile el puesto 45, retrocedido en el ranking 1 puesto respecto al período 2015-2023, (España posición número 28), ubicándose con ella dentro de la categoría de países con muy alto índice de desarrollo humano por su buen

VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026

desempeño en indicadores como esperanza de vida al nacer y media de escolaridad. En la región, ocupa la primera posición por delante de Argentina (posición 47) y Uruguay (posición 52), los únicos tres países de América Latina con un IDH muy alto.



Fuente: PNUD – Informe de Desarrollo Humano 2025

Penetración de Internet¹

14

En octubre de 2025, existían en Chile 27,6 millones de líneas de teléfono móviles, lo que supone 1,39 líneas por habitante. Se ha producido una caída del 7,7% en el número de líneas con relación al febrero de ese mismo año.

La tasa de penetración de Internet es muy alta ya que el 94,5% de los habitantes son usuarios de Internet. Por otro lado, el 81,7% de la población tenía, al menos, un perfil en alguna red social (frente al 74,7% de febrero de 2025).

El cuadro siguiente muestra cuáles son los principales dispositivos que utilizan los chilenos para estar conectados.

USO DE DISPOSITIVOS		
	Feb 2025 %	Oct 2025 %
Smartphone	98,8	97,1
PC/ordenador portátil	68,3	63,6
Smart TV	68,2	66,2
Videoconsola	33,4	32,4
Tablet	34,9	32,9
Dispositivo de pulsera	12,6	10,4

Fuente: We are Social & Meltwater (2025 y 2026). Digital Chile

¹ Digital 2025, Chile – We are Social & Meltwater



VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026

La utilización de redes sociales, el visionado de video, y la escucha de música en streaming son las principales actividades que desarrollan los argentinos en el ámbito digital. Estas tres actividades, junto a ver la televisión en streaming, son las que consumen un mayor tiempo a la semana.

CONSUMO DE MEDIOS		Feb 2025	Feb 2025	Oct 2025	Oct 2025
		%	tiempo	%	tiempo
Videos on line	Cortos	n.d.	n.d.	91,2	8:44
	Largos	n.d.	n.d.	72,1	5:04
Internet	Móvil	99,2	4:58	n.d.	n.d.
	PC/portátil/Tablet	93,2	3:47	n.d.	n.d.
Redes sociales		98,4	3:39	94,2	11:28
TV	Radiodifusión	93,3	2:24	72,9	6:03
	Streaming/on line	79,2	1:33	83,5	9:25
Prensa	Escrita	57,7	0:29	43,9	1:39
	On line	77,9	0:59	80,0	3:47
Radio		71,5	1:05	56,9	4:18
Música en streaming		76,0	2:14	90,3	11:32
Podcast		63,8	0:54	53,9	2:49
Videojuegos on line		59,4	1:04	n.d.	n.d.

Fuente: We are Social & Meltwater (2025 y 2026). Digital Chile

La utilización de Internet para la búsqueda de información relativa a viajes y vacaciones es reducida, tal y como se aprecia en la siguiente tabla. Ello podría deberse, entre otros motivos, a que son datos sobre el total de la población y hay un porcentaje elevado de la misma que no tiene capacidad de realizar viajes.

MOTIVOS DE USO DE INTERNET	Feb 2025	Oct 2025
	%	%
Encontrar información	78,3	73,9
Investigar cómo se hacen las cosas	71,2	66,2
Escuchar música	70,1	64,3
Mantenerse al día con noticias y eventos	67,8	62,5
Ver videos, películas y programas de TV	62,5	59,9
Estar en contacto con familiares y amigos	70,2	68,3
Encontrar inspiración y nuevas ideas	61,2	56,9
Búsquedas relacionadas con los estudios	59,7	54,8
Búsquedas sobre productos y marcas	59,1	53,5
Búsquedas sobre lugares, vacaciones y viajes	53,0	47,2
Llenar el tiempo y búsquedas generales	52,7	51,7
Gestión de finanzas y ahorros	42,0	37,6
Búsquedas sobre salud y bienestar	54,0	48,2
Juegos	41,1	39,5
Búsquedas relacionadas con el trabajo	29,9	27,4

Fuente: We are Social & Meltwater (2025 y 2026). Digital Chile

VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026

Redes sociales, aplicaciones de chat y mensajería, y correo electrónico son los principales canales de comunicación de los argentinos en el mundo digital. De nuevo, la consulta de webs de viajes ocupa un lugar poco relevante dentro de la tabla.

PRINCIPALES TIPOS DE WEBS Y APPS

	Feb 2025 %	Oct 2025 %
Redes sociales	n.d.	98,6
Chat y mensajería	98,5	97,4
Correo electrónico	98,1	94,6
Buscadores y portales web	96,7	91,9
Compras	93,5	81,0
Mapas y similares	82,8	69,5
Música	72,9	64,0
Tiempo	63,4	45,3
Entretenimiento	50,9	n.d.
Noticias	43,0	38,2
Juegos	41,6	41,8
Servicios de movilidad	47,6	n.d.
Deportes	n.d.	n.d.
Viajes	n.d.	31,8
Business, trabajo	41,9	37,1
Comida y take way	40,2	36,9
Bancos u seguros	52,6	50,5
Búsqueda de empleo	n.d.	28,5

Fuente: We are Social & Meltwater (2025 y 2026). Digital Chile

La siguiente tabla muestra el grado de penetración de las diferentes redes sociales. Destaca el crecimiento de Tik Tok, que pasa a ser la red con mayor grado de penetración. A continuación, se sitúan YouTube, Instagram y Facebook.

GRADO DE PENETRACIÓN DE REDES SOCIALES

	Feb 2025 Alcance publicitario potencial (mill.)	Feb 2025 % sobre población +18 años	Oct 2025 Alcance publicitario potencial (mill.)	Oct 2025 % sobre población +18 años
YouTube	14,8	83,8	14,9	84,0
Facebook	12,9	81,4	13,1	82,3
Instagram	12,9	79,8	13,5	83,6
Tik Tok	14,6	92,2	16,2	100,0
LinkedIn	9,2	58,2	10,0	63,1
Messenger	7,6	48,1	7,5	46,7
Snapchat	0,7	4,1	0,6	3,6
X	3,5	21,7	3,2	19,6
Pinterest	5,2	30,5	5,4	31,4 (2)

Fuente: We are Social & Meltwater (2025 y 2026). Digital Chile - (a) alcance sobre población mayor de 13 años

El cuadro siguiente muestra el grado de utilización de las diferentes redes sociales. A diferencia del alcance potencial, el cuadro muestra el uso real de las mismas. Destaca Whatsapp, seguido de Instagram y Facebook.



VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026

REDES SOCIALES UTILIZADA

	Feb 2025 %	Oct 2025 %
Whatsapp	91,9	89,7
Instagram	87,2	86,4
Facebook	82,1	83,3
TikTok	68,5	67,5
Messenger	59,8	55,9
X	44,4	38,1
Telegram	40,8	41,7
Pinterest	40,2	39,3
LinkedIn	32,1	32,1
Discord	16,5	13,8
Threads	12,9	16,7
iMessage	11,1	9,1

Fuente: We are Social & Meltwater (2025 y 2026). Digital Chile - Usuarios mayores de 16 años que utilizaron la plataforma en el último mes

Por último, el siguiente cuadro muestral cuáles son las plataformas favoritas de los chilenos, que coinciden con aquellas con mayor grado de uso. Se aprecia, sin embargo, una caída de la preferencia por Facebook.

REDES SOCIALES FAVORITAS

	Feb 2025 %	Oct 2025 %
Instagram	30,0	26,5
Whatsapp	26,0	27,8
TikTok	18,1	18,9
Facebook	12,5	11,9
X	4,6	3,4
Pinterest	2,6	3,6

Fuente: We are Social & Meltwater (2025 y 2026). Digital Chile

Idiomas, segundos idiomas, religiones y etnias mayoritarias

La lengua oficial en el país es el español. Algunas lenguas indígenas, como el mapudungun, el aimara o el rapa nui son muy minoritarias y están en peligro de extinción; son lenguas protegidas por el Estado y existen programas para fomentar su utilización y conservación.

De acuerdo con el Censo 2024, un 88,9% de la población se declara no indígena mientras que el 11,4% se declara indígena o descendiente de pueblos indígenas. En Chile hay diferentes grupos, entre los que destacan los mapuches (pueblo más mayoritario), aymaras, diegueitas, atacamanos y quechuas.



El Censo 2024 rebela una caída del sentimiento religioso en el país. El 25,5% de la población se considera atea, agnóstica o sin credo. El 54% de la población se considera católica, el 16,3% protestante y el 3,9% se identifica con otras religiones.

En Chile está permitida la doble nacionalidad vinculada a la existencia de convenios bilaterales. Entre los diferentes países con los que tienen convenios en vigor se encuentra España.

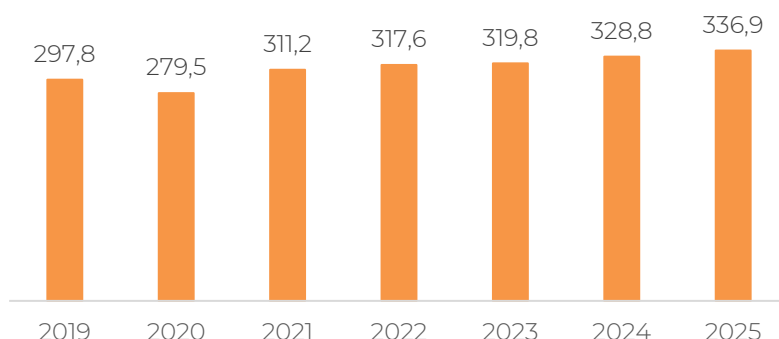
MARCO ECONÓMICO

Evolución PIB real

Chile fue la economía número 45 del mundo (FMI con datos de 2023), con un PIB nominal de 344.400 millones de USD. Es la cuarta economía de la región, por detrás de Brasil, Argentina y Colombia. El cuadro siguiente muestra la evolución del PIB real chileno.

18

PIB real (miles de millones de USD)
Años 2019-2025

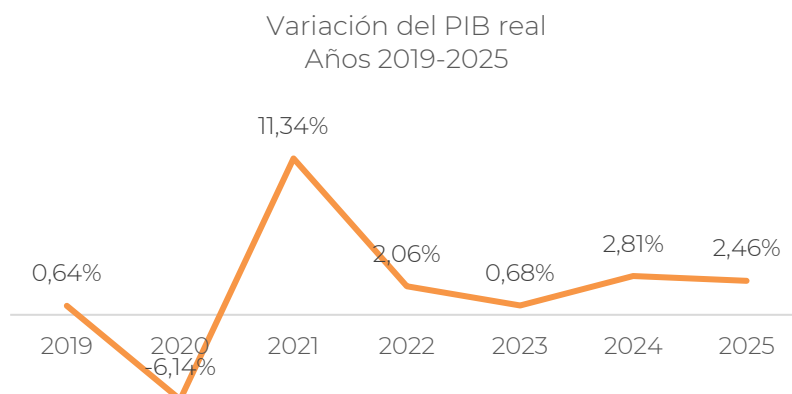


Fuente: CEPAL (año base de precios constantes = 2018)

La economía chilena viene creciendo de forma moderada pero continuada en los últimos años. El nuevo gobierno ha puesto en marcha un Plan de reconstrucción Nacional con el que deberá afrontar los desafíos estructurales del país, como es garantizar la eficiencia en el gasto manteniendo el apoyo a las clases más desfavorecidas. El buen comportamiento del precio de las materias primas, especialmente del cobre, deberían permitir mantener los niveles actuales de crecimiento, si bien habrá que estar pendiente del impacto de la inestabilidad de Oriente Medio en la economía.

VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026



Fuente: CEPAL (año base de precios constantes = 2018)

Evolución PIB per cápita

Si bien los datos de PIB en PPA sitúan a Chile en una mejor posición, desde el punto de vista del turismo emisor tienen mayor validez los datos del PIB nominal, que permiten analizar mejor la capacidad de realizar viajes al exterior (ya que estos se pagan en USD).

EVOLUCIÓN PIB PER CÁPITA

año	PIB real per cápita PPC (precios actuales)	variación	PIB real per cápita (base 2018)	variación	PIB nominal per cápita	variación
2019	25.611,76	1,21%	15.642	-1,14%	14.631	-7,53%
2020	25.350,86	-1,02%	14.483	-7,41%	13.190	-9,85%
2021	29.089,85	14,75%	15.966	10,24%	16.182	22,69%
2022	30.932,00	6,33%	16.204	1,49%	15.384	-4,93%
2023	33.145,40	7,16%	16.292	0,54%	17.120	11,28%
2024	36.181,16	9,16%	16.724	2,65%	16.741	-2,21%
2025			17.108	2,30%	18.153	8,43%

Fuente: PIB real per cápita PPC (Banco Mundial) – resto Estimaciones de la CEPAL con base en fuentes oficiales

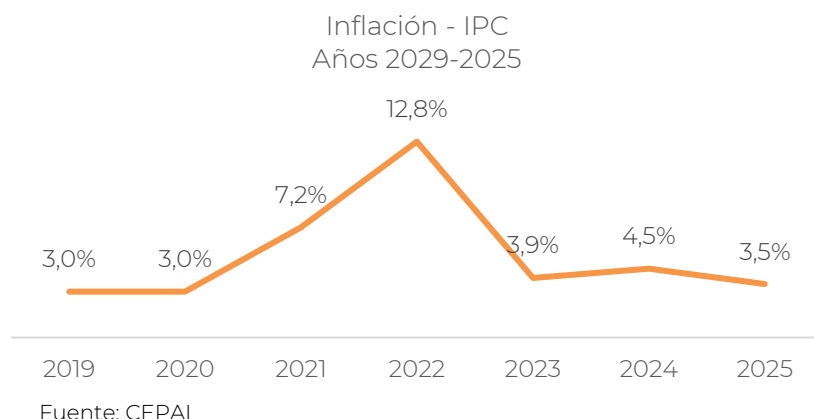
Evolución inflación

En términos generales podría decirse que los niveles de inflación son estables y razonables. Las expectativas para los próximos años permanecen en los mismos niveles y se considera que el Banco Central de la República de Chile mantendrá una política monetaria neutra. No obstante lo anterior, habrá que estar pendientes de la dirección que toman los precios del petróleo.



VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026



Evolución tipo de cambio con euro

El sistema cambiario chileno es un sistema de flotación libre. Si bien desde 2024 se viene produciendo una depreciación del peso chileno, se espera que en los próximos meses se produzca un cambio de rumbo.

20

TIPO DE CAMBIO

	CLP/USD	Variación	CLP/EUR	Variación
2019	703,00		789,89	
2020	792,00	12,66%	900,00	13,94%
2021	759,00	-4,17%	892,94	-0,78%
2022	873,00	15,02%	918,95	2,91%
2023	840,00	-3,78%	913,04	-0,64%
2024	944,00	12,38%	1.026,09	12,38%
2025 e	951,51	0,80%	1.081,26	5,38%
2026 e	903,25	-5,07%	1.050,29	-2,86%

Fuente: Oxford Economics (e) estimación

Tasa de desempleo y de actividad y de ocupación

La población activa es de 10,27 millones de personas, lo que supone tan solo un 50,4% de la población. La población ocupada es de 9.39 millones de personas, mientras que los 0.88 millones restantes son parados, un 8.6% de la población activa.

EVOLUCIÓN TASA DE DESEMPLEO

	Población activa (millones)	Población ocupada (millones)	Población desempleada (millones)	% Población desempleada
2019	9,67	8,98	0,70	7,2%
2020	8,85	7,92	0,93	10,5%
2021	9,12	8,31	0,80	8,8%
2022	9,62	8,86	0,76	7,9%
2023	9,94	9,07	0,86	8,7%
2024	10,15	9,30	0,86	8,5%
2025	10,27	9,39	0,88	8,6%

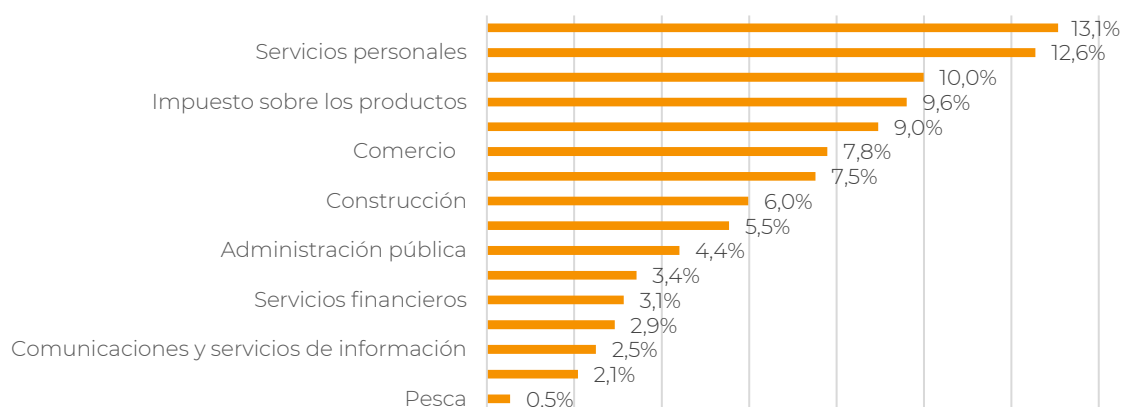
Fuente: INE – Encuesta Nacional de Empleo



Principales sectores productivos

La minería es el principal sector económico de la economía chilena, seguido de los servicios personales y empresariales. Por el contrario, el sector de restaurantes y hoteles tiene un papel reducido.

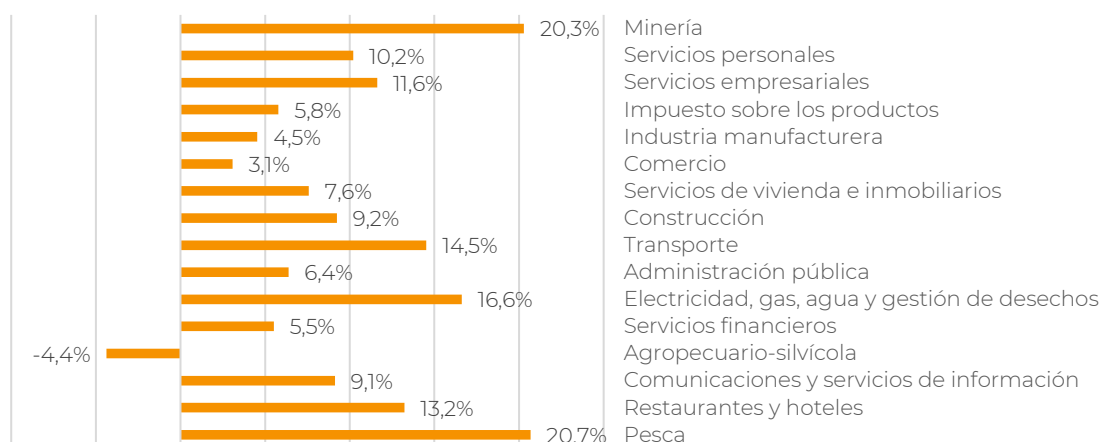
Valor añadido bruto por sector
Año 2025



Fuente: Banco Central de Chile – Boletín estadístico mayo 2026.

Siendo el sector más importante, la minería es el sector que mejor se ha comportado con relación al año anterior, junto con la pesa, que tiene un papel residual. Se ha incrementado de forma importante el crecimiento del sector de restaurantes y hoteles debido, en parte, a las ganancias en competitividad en precios provocadas por la depreciación del peso frente a las monedas de los países vecinos.

Aporte al PIB por sector
Variación 2024/2025



Fuente: Banco Central de Chile – Boletín estadístico mayo 2026

Competitividad

En 2025, Chile ocupó la posición 42 de 67 en el Índice de Competitividad (puesto 44 en 2024), publicado por el International Institute for Management Development (IMD), que mide la capacidad de los países para crear y mantener un entorno que permita la competitividad de las empresas. Para ello analiza 366 indicadores en cuatro grandes rubros: desempeño de la economía, eficiencia del sector público, eficiencia empresarial e infraestructuras.

Los puntos fuertes del país son las finanzas públicas, la inversión internacional y el entorno para los negocios; mientras que sus puntos débiles son la productividad y la eficiencia, el comercio internacional y las infraestructuras científicas. En este sentido, el IMD señala que los grandes retos de la economía chilena para 2025 son la necesidad de incrementar el valor añadido de las exportaciones y la diversificación; incrementar la productividad de los trabajadores a través de la capacitación en tecnologías de la información e incrementar la calidad de la educación; incrementar la inversión en I+D; y mejorar la seguridad ciudadana.

El cuadro siguiente muestra la posición de Chile en cada una de las variables

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD

		Año 2025	Año 2024
Desempeño económico	Economía doméstica	44	54
	Comercio internacional	57	63
	Inversión extranjera	24	27
	Empleo	47	59
	Precios	26	24
Eficiencia gubernamental	Finanzas públicas	20	21
	Política tributaria	39	36
	Marco institucional	33	33
	Legislación económica	26	23
	Marco societario	41	50
Eficiencia empresarial	Productividad y eficiencia	62	62
	Mercado de trabajo	28	42
	Sistema financiero	30	31
	Gestión empresarial	40	34
	Actitudes y valores	40	38
Infraestructuras	Infraestructuras básicas	36	34
	Infraestructura tecnológica	37	31
	Infraestructura científica	56	58
	Salud y medio ambiente	44	43
	Educación	51	49

Fuente: IMD

Por otro lado, el Informe de Prosperidad IMD para América Latina y el Caribe 2026 sitúa a Chile en el puesto 1 de 34 entre los países de la región. Este informe establece una calificación entre A1 y D2 vinculada a distintos ítems cuya agrupación se recoge en el siguiente cuadro. Los principales retos a los que se enfrenta Chile se encontrarían en el ámbito económico.

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD		
	Calificación	Puesto
Retos económicos	B1	12
Dinámicas de gestión	A2	3
Gobernanza e instituciones	A2	3
Empoderamiento social	A1	2
Global	A1	1

Fuente: IMD

Otro de los índices que permite situar a Chile en un entorno global, en este caso dentro del ámbito turístico, es el Travel & Tourism Development Index elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF). En este caso, Chile ocupa el puesto 31 de un total de 119 (puesto 34 en 2021), con una puntuación de 4,33 sobre 6.

VISION GENERAL DEL PAÍS

CHILE 2026

El cuadro siguiente muestra las puntuaciones obtenidas.

TRAVEL & TOURISM DEVELOPMENT INDEX					
		Puesto Chile 2024	Puntuación Chile 2024	Puntuación América del Sur 2024	Puntuación España 2024
Entorno propicio	Entorno empresarial	40	4,74	3,59	4,92
	Seguridad	108	4,52	4,58	6,14
	Salud e higiene	52	5,2	4,69	5,99
	RRHH y mercado de trabajo	52	4,32	3,92	4,75
	Capacitación TIC	39	5,77	4,79	6,06
Entorno propicio para políticas de turismo y viajes	Priorización del turismo	25	5,33	4,51	5,73
	Apertura al turismo	29	4,71	3,81	5,01
	Competitividad en precio	67	4,69	4,33	3,60
Infraestructuras y servicios	Infraestructuras de transporte aéreo	58	3,54	3,00	6,06
	Infraestructuras terrestres y portuarias	61	3,46	2,72	4,92
	Servicios e infraestructuras turísticas	33	3,75	2,46	5,46
Recursos turísticos	Recursos naturales	40	3,20	4,00	4,95
	Recursos culturales	43	2,19	2,72	6,64
	Recursos no vinculados al ocio	35	3,27	2,53	4,81
Sostenibilidad del turismo	Sostenibilidad ambiental	31	5,12	4,45	5,39
	Impacto socioeconómico del turismo	7	5,43	4,73	4,25
	Sostenibilidad de la demanda turística	27	4,36	3,68	3,34

24



85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

