



**20
26**

TURISMO CONNECT: BRASIL

Cifras, tendencias y perfil del viajero brasileño que llega a Chile

TEMARIO

- 01** Tendencias de viaje y perfil del turista brasileño
- 02** Principales cifras y proyecciones del mercado brasileño
- 03** Análisis competitivo de Chile v/s otros mercados
- 04** Reporte de búsquedas en Google e IA — una herramienta para la industria
- 05** Social Listening: lo que el brasileño está diciendo sobre Chile — Terena Tamai, Fundadora Vía Nexa Consulting (Brasil)

01

Tendencias de Viaje y Perfil del Turista brasileño

PERFIL DEMOGRÁFICO Y COMPORTAMIENTO DE GASTO

Cómo se arma el viaje

El turista brasileño arma su viaje tomando Santiago como base y le suma una experiencia complementaria: nieve, viñas, Atacama o Patagonia.

Santiago concentra la mejor oferta de alojamiento y transporte, por lo que muchos optan por excursiones de ida y vuelta en lugar de pernoctar en regiones más caras.

¿Quién es el turista brasileño que llega a Chile?

Edad Predominante: 30 a 34 años (Adultos jóvenes e independientes).

Nivel Socioeconómico: Clase media-alta con un segmento premium en rápido crecimiento.

Composición del Viaje: 53,5% viaja en pareja; le siguen grupos pequeños de amigos y familias.

Gasto por Viaje: Entre USD 900 y USD 1.400 por persona

Patrón de Viaje: Usan Santiago como hub y conectan con una experiencia adicional (nieve, viñas, Atacama o Patagonia).

Estadia promedio: 8 noches (5 a 9 según producto: ciudad vs. multidesino).

Gasto diario en destino: USD 103 — el más alto entre mercados emisores de Chile multidesino).

CUSTOMER JOURNEY: VENTANA DE DECISIÓN DEL VIAJERO / A QUIÉN HABLARLE

Familias y jóvenes “primera experiencia nieve”

Del Sudeste y Sur de Brasil. Buscan la experiencia de nieve por primera vez; sensibles al precio y al paquete todo-incluido.

Parejas 30-34 años

53,5% de los viajes se hacen en pareja. Es el núcleo del mercado: gasto medio-alto, decisión emocional, buscan “premium accesible”.

Segmento premium en crecimiento

Alto poder adquisitivo, interesado en Atacama, Patagonia y enoturismo. Hoy sin vínculo con redes de agencias de lujo brasileñas.



1. Inspiración

4 a 6 meses antes: El 85% se inspira en redes sociales (Instagram/TikTok), Reels y contenido audiovisual de influencers confiables.



2. Búsqueda

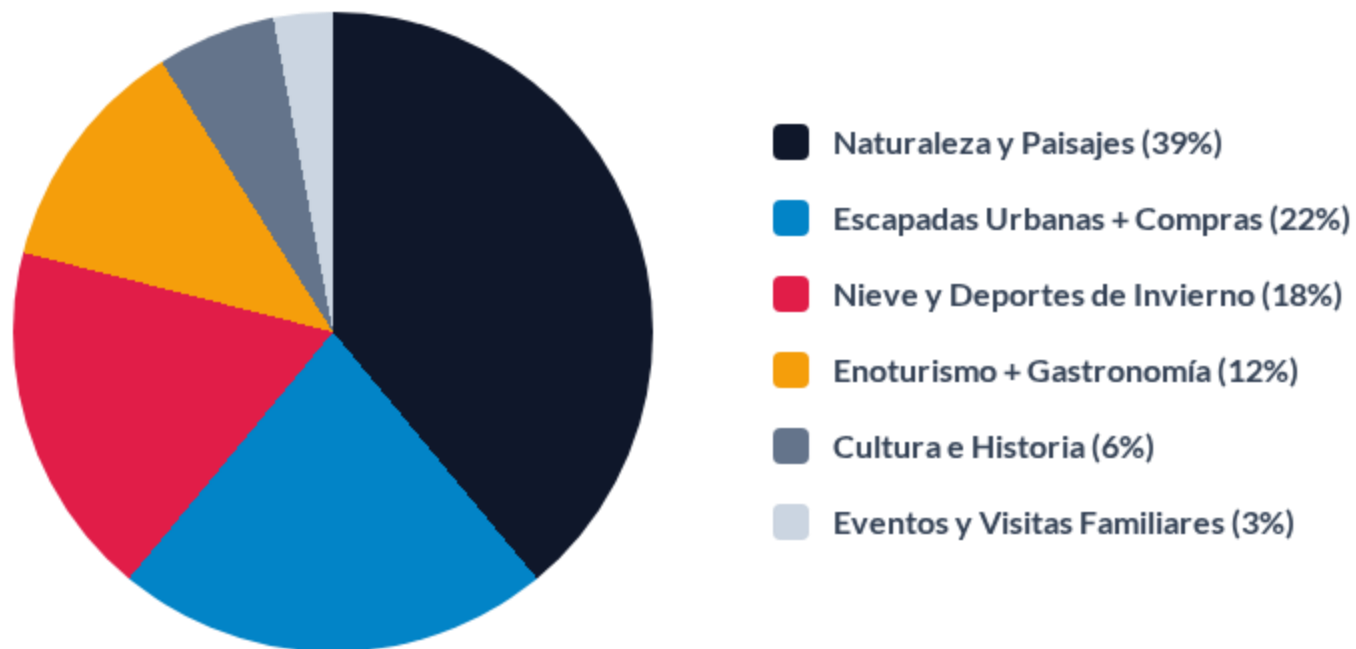
2 a 4 meses antes: Comparación activa en portales, OTAs y webs de operadores. La atención e información en **portugués** eleva dramáticamente la conversión.



3. Reserva

1 a 3 meses antes: Cierre de compra a través de OTAs (Decolar/Expedia), agencias tradicionales o consorcios de viajes.

MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL TURISTA BRASILEÑO



*Aunque la nieve es la palanca comercial más fuerte de invierno, la **Naturaleza (39%)** se consolida como el principal motivo general durante todo el año.*

QUÉ DESTINOS DE CHILE MUEVEN AL TRADE, Y QUIÉN LE COMPITE

Destinos dentro de Chile que más mueven al trade brasileño

- Santiago
- Centros de ski: Valle Nevado, Farellones, Portillo
- San Pedro de Atacama
- Viña del Mar y Valparaíso
- Patagonia chilena
- Enoturismo: Casablanca, Colchagua, Maipo

Nota: para el viajero brasileño, Santiago funciona como hub — la mayoría combina la capital con una experiencia complementaria antes de volver a casa.

Nuestros principales competidores

1	Argentina	Nieve, vino, gastronomía, tipo de cambio, proximidad
2	Perú	Cultura, Andes, gastronomía, aventura
3	Colombia	Playas, ciudades, buena conectividad aérea
4	Uruguay	Enoturismo, viajes cortos
5	Brasil (doméstico)	Alternativa sin costos de viaje internacional

CLAVES PARA COMPRENDER SU COMPORTAMIENTO COMO ORIGEN DE TURISTAS HACIA CHILE

BRASIL COMO MERCADO EMISOR



Diagnóstico coyuntural

Brasil enfrenta un contexto económico y cambiario menos favorable para viajar, lo que reduce su competitividad relativa frente a otros mercados emisores. No es una pérdida de atractivo de Chile, sino un fenómeno coyuntural del consumidor brasileño.



Percepción del destino

La imagen de Chile se mantiene sólida y positiva: seguridad, modernidad, organización y calidad de los servicios turísticos. El desafío no es reconstruir esa imagen, sino reforzar el posicionamiento y la presencia de Chile en la decisión de viaje.



Demanda del trade

Las agencias brasileñas siguen solicitando cotizaciones y promoviendo activamente el destino. La demanda de grupos y viajeros independientes (FIT) se mantiene firme, impulsada por nieve, vino, gastronomía, naturaleza y facilidad de acceso.



Estrategia comercial

Anticipar la promoción de productos como la Patagonia chilena, fortalecer la conectividad aérea entre ambos países y flexibilizar tarifas hoteleras en temporada baja, dada la alta sensibilidad al costo-beneficio del viajero brasileño.

En síntesis: “el objetivo no es reconstruir la imagen de Chile, sino sostener su posicionamiento comercial para capturar la recuperación de la demanda brasileña cuando mejoren las condiciones económicas del mercado.”

02

Principales cifras y proyecciones del mercado brasileño

Cifras claves del mercado

681.649

LLEGADAS BRASILEÑOS A CHILE 2025

13,4% vs. 2024 /Dato PDI / DataTurismo

241.518

LLEGADAS TURISTAS

-3,86% vs 2025 Dato PDI / DataTurismo
(Ene-Jun 2026)

62.098

RESERVAS FUTURAS

81% concentrado en Jul-Ago 2026

USD 103

GASTO DIARIO PROMEDIO

El más alto entre mercados emisores

8 Noches

ESTADÍA PROMEDIO

Rango típico: 5 a 9 noches

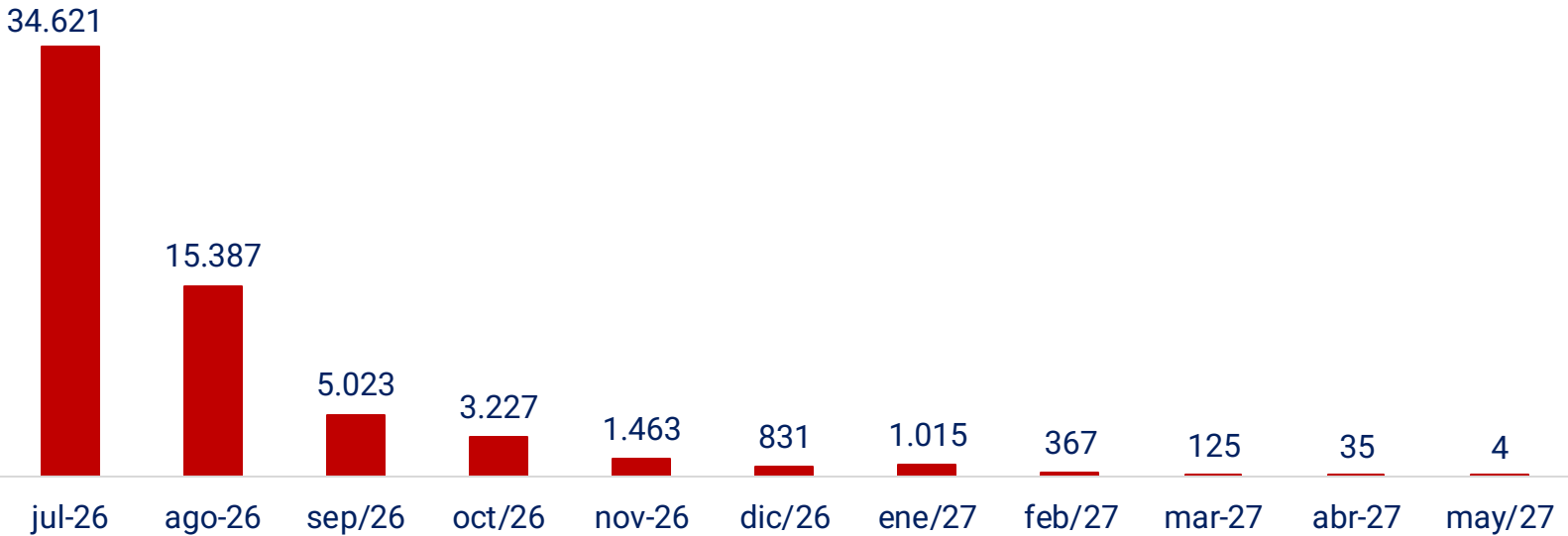
23,8%

CUOTA EN SUDAMÉRICA

2º lugar regional tras Argentina (53,7%)

Reservas futuras Brasil - Chile

Pasajeros julio 26 – mayo 27



Fecha de extracción de datos: 13 de julio de 2026



HALLAZGOS CLAVE

Ventana de compra

Los mercados sudamericanos presentan ventanas de reserva más cortas que otros mercados internacionales, según análisis de Fedetur y Amadeus. Los datos observados para Brasil → Chile muestran una mayor concentración de reservas en los meses más próximos a la fecha de extracción.

Perfil del mercado

El flujo Brasil → Chile combina demanda vacacional y una relevante participación del segmento corporativo, cuyas reservas suelen realizarse con menor anticipación, contribuyendo a una ventana de compra más corta.

Interpretación de los datos

Los datos de reservas futuras representan el volumen confirmado en la fecha de extracción y no el volumen final de pasajeros. Los valores se actualizarán progresivamente conforme avance la ventana de reservas

TOP 5 DESTINOS SUDAMERICANOS PARA EL MERCADO BRASILEÑO

Comparación entre tráfico de pasajeros (ene-may 2026) y reservas futuras (jul/26 hasta may/27)

TRÁFICO AÉREO BRASIL Y TOP DESTINOS SUDAMÉRICA			
Pasajeros transportados y participación (%)			
PAÍS	PASAJEROS	PARTICIPACIÓN	
 Argentina	1.226.457	53,7%	
 Chile	543.227	23,8%	
 Colombia	201.446	8,8%	
 Perú	157.941	6,9%	
 Uruguay	155.743	6,8%	
Total TOP 5	2.284.814	100%	

RESERVAS FUTURAS BRASIL Y TOP DESTINOS SUDAMÉRICA			
Pasajeros en reservas y participación (%)			
PAÍS	PASAJEROS	PARTICIPACIÓN	
 Argentina	207.978	61,6%	
 Chile	62.098	18,4%	
 Colombia	19.819	5,9%	
 Perú	16.921	5,0%	
 Uruguay	30.715	9,1%	
Total TOP 5	337.531	100%	

CLAVES DEL MERCADO

- La participación en las reservas refleja tanto la demanda como la oferta aérea disponible. Los mercados con mayor conectividad, número de frecuencias y capacidad de asientos tienden a concentrar una mayor proporción de las reservas.
- Argentina cuenta con una red de conectividad más diversificada desde Brasil, al atender cinco aeropuertos internacionales (AEP, EZE, COR, MDZ, ROS), mientras que Chile concentra toda la operación directa en Santiago (SCL). Esta diferencia estructural debe considerarse al interpretar la participación de cada mercado.
- Las variaciones observadas no representan, por sí solas, un cambio en la preferencia del viajero, sino el resultado combinado de la demanda y de la oferta aérea disponible en cada destino

CONECTIVIDAD AÉREA DIRECTA ENTRE BRASIL Y CHILE

Vuelos regulares directos hacia Santiago (SCL)



10

Aeropuertos brasileños con vuelos directos a Santiago (SCL)



1

Principal puerta de entrada internacional en Chile Santiago (SCL)

PRINCIPALES AEROPUERTOS DE ORIGEN EN BRASIL

Aeropuertos de origen Vuelos autorizados (BR ↔ CL)

SBGR (São Paulo GRU)	107
SBGL (Rio de Janeiro GIG)	57
SBFL (Florianópolis FLN)	29
SBKP (Campinas VCP)	10
Otros aeropuertos	27



HALLAZGOS CLAVE

- Santiago concentra la totalidad de la conectividad aérea directa entre Brasil y Chile.
- 10 aeropuertos brasileños cuentan con vuelos directos regulares hacia Santiago, consolidando la ciudad como el principal hub de entrada al país.



Fecha de referencia:
31 de mayo de 2026

Fuente: ANAC – Vuelos autorizados entre Brasil y Chile (SIROS)

Nota: Los volúmenes de vuelos corresponden a operaciones autorizadas entre Brasil y Chile, considerando ambos sentidos (Brasil ↔ Chile), con información disponible al 31 de mayo de 2026. La programación aérea puede variar según la temporada y ajustes operacionales de las compañías aéreas.

CONECTIVIDAD AÉREA ENTRE BRASIL Y ARGENTINA

Vuelos regulares directos hacia Argentina



10

Aeropuertos brasileños conectados con destino en Argentina.



5

Aeropuertos argentinos con vuelos directos desde Brasil.

PRINCIPALES DESTINOS EN ARGENTINA

Nº	Destino	Aeropuerto	Vuelos autorizados (BR ↔ AR)
①	Buenos Aires (Aeroparque)	AEP	228
①	Buenos Aires (Ezeiza)	EZE	91
②	Córdoba	COR	4
③	Mendoza	MDZ	13
④	Rosario	ROS	2



HALLAZGOS CLAVE

- Buenos Aires es el principal punto de conexión entre Brasil y Argentina, con vuelos directos a través de Aeroparque y Ezeiza.
- La red también incluye vuelos directos a Córdoba, Mendoza y Rosario, ampliando la conectividad regional.



Fecha de referencia:
31 de mayo de 2026

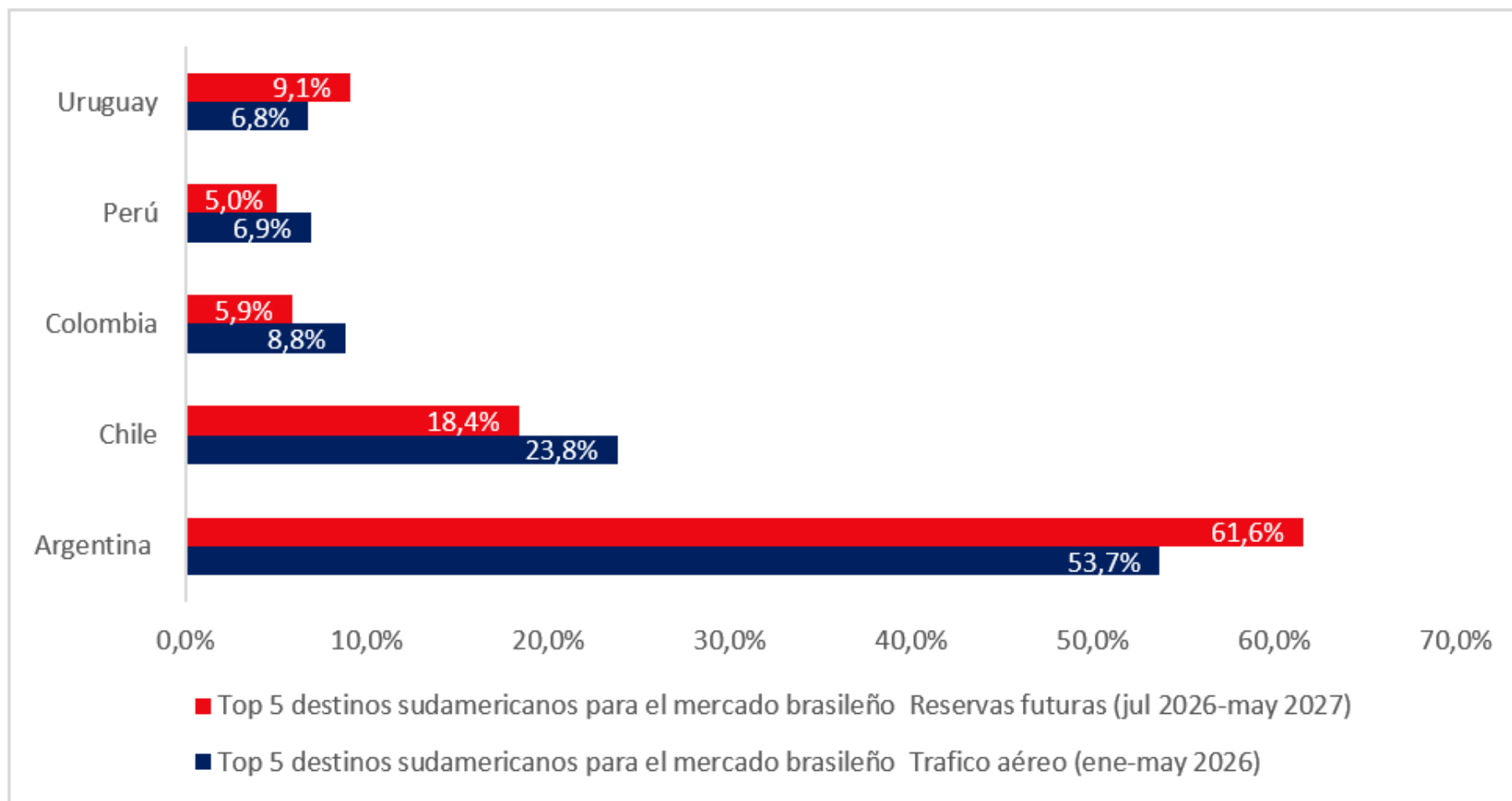
Fuente: ANAC – Vuelos autorizados entre Brasil y Argentina (SIROS)

Nota: La programación presentada corresponde a los vuelos autorizados por ANAC al 31 de mayo de 2026. Durante la temporada de invierno pueden incorporarse vuelos estacionales hacia Bariloche (BRC), Ushuaia (USH) y Puerto Iguazú (IGR).

03

Análisis competitivo de Chile v/s otros mercados

POSICIÓN REGIONAL DE CHILE FRENTE A COMPETIDORES



Chile mantiene un sólido 2º lugar regional, pero pierde 5,4 puntos en reservas futuras respecto a su tráfico actual en beneficio de Argentina.

EN PESOS REALES, CHILE ES MÁS ECONÓMICO QUE BUENOS AIRES EN CASI TODAS LAS CATEGORÍAS

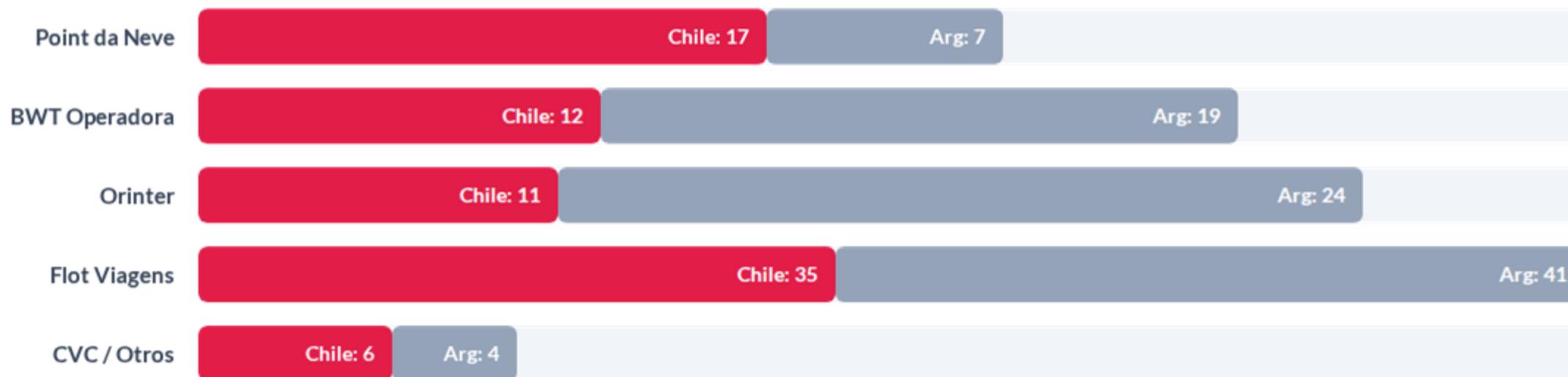


Costo estimado por persona, 5 días de viaje (R\$). Fuentes: Skyscanner (jul. 2026), Valor Inverte (jun. 2026).

Desafíos competitivos de Chile

- Percepción de destino costoso, acentuada por el contexto cambiario favorable a Argentina
- Distancias internas: Atacama, Torres del Paine o Rapa Nui requieren conexiones aéreas adicionales
- Propuesta más especializada (naturaleza/nieve) frente a la diversidad de productos de Argentina
- Ausencia en los principales itinerarios de cruceros desde Brasil
- Menor intensidad promocional que competidores en ciertos períodos, especialmente en verano

PAQUETES PROMOCIONADOS EN OPERADORES DE BRASIL



N° de paquetes regulares promocionados por operador, junio 2026 (no incluye TTW, que trabaja 100% "tailor made" para ambos destinos)

- **Chile lidera** claramente en Point da Neve (17 vs. 7): **el producto nieve** funciona como palanca de entrada al portafolio
- **Argentina** supera a Chile en Orinter (24 vs. 11), Flot (41 vs. 35) y BWT (19 vs. 12): **más espacio de vitrina en los operadores masivos**
- CVC, Viajar Barato, TGK, Viagens & Cia, Kangaroo, Orinter y BWT **promocionan Buenos Aires y Santiago con el mismo formato**: compiten codo a codo por el mismo espacio
- **Redes de lujo brasileñas** (Virtuoso Brasil, Travel Designers Group, Embark Beyond, Luxperts) **hoy no tienen vínculo activo** con Chile: oportunidad de trabajo cooperado.

CÓMO SE ESTÁ POSICIONANDO CHILE (FODA)

FORTALEZAS

- Notable diversidad geográfica y natural
- Estabilidad política y económica
- Turismo de nicho consolidado: enoturismo, astroturismo, aventura
- Infraestructura turística
- Alta sensación de seguridad

OPORTUNIDADES

- Experiencias auténticas y exclusivas, sobre todo de naturaleza
- Alto potencial para turismo de alto poder adquisitivo
- Cercanía con Brasil, especialmente en puentes y feriados
- Posicionar el destino para todo el año, no solo invierno

DEBILIDADES

- Percepción de alto costo frente a Perú, Argentina o Colombia
- Promoción internacional limitada frente a Perú o EE.UU.
- Menor percepción de patrimonio cultural que Perú o México
- Alta dependencia del turismo de invierno
- Conectividad aérea (solo 1 puerta de entrada), disminución de vuelos desde Sao Paulo.

AMENAZAS

- Competencia fuerte en naturaleza (Patagonia argentina), cultura (Perú, México) y enoturismo (Argentina)
- Las alzas de precio empujan al viajero hacia destinos más baratos
- Disminución de frecuencia aérea

EN SÍNTESIS

BRASIL MANTIENE ALTO POTENCIAL: LA CAÍDA ES CAMBIARIA Y COYUNTURAL, NO DE PERCEPCIÓN

- 01** Reforzar comunicación y promoción durante la ventana de planificación (4-6 meses antes del viaje), con foco en la temporada de nieve entre febrero y marzo.
- 02** **Diversificar el posicionamiento de Chile** más allá de la nieve — naturaleza, enoturismo, Atacama y Patagonia — para reducir la estacionalidad.
- 03** **Alianzas Estratégicas de Lujo:** Acercar el destino a los consorcios de agencias boutique que hoy no promocionan activamente a Chile.

04

Reporte de búsquedas en Google e IA: Una herramienta para la industria

Análisis de búsquedas en internet y LLM'S según Semrush durante el último mes (junio-julio).

"Con la IA generativa, Google Search ya no solo busca información; hace el trabajo pesado de **razonar, sintetizar y organizar** una respuesta completa directamente en la pantalla".

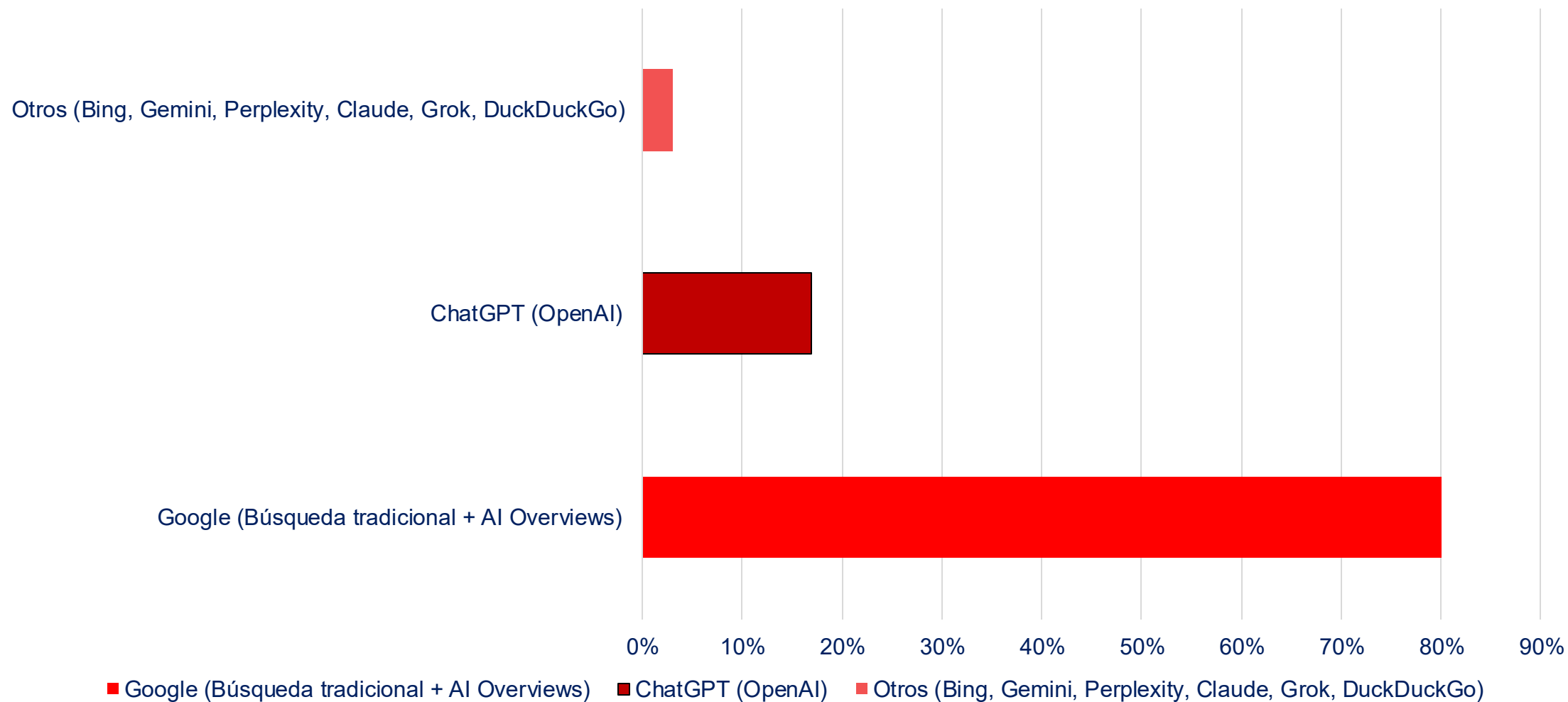
[Sundar Pichai](#)

CEO DE GOOGLE



¿DÓNDE ESTÁN BUSCANDO LOS USUARIOS?

Volumen total de búsquedas



05

Social Listening: lo que el brasileño está diciendo sobre Chile

Terena Tamai, Fundadora Vía Nexa Consulting (Brasil)

SOCIAL LISTENING | MERCADO BRASILEÑO

Lo que el brasileño está diciendo sobre Chile

y lo que esto revela sobre su urgencia de elegirlo

Via Nexa Consulting · Connect Latinoamérica · 28.07.2026





Terena Tamai

terena.tamai@vianexaconsulting.com

SOBRE TERENA

Consultora estratégica con enfoque en marketing global, turismo y posicionamiento de destinos.

Más de 15 años de experiencia ejecutiva con grandes marcas, **incluyendo 10 años en la industria del turismo**. Experiencia profesional en cinco continentes, impulsando la expansión de negocios a nivel internacional.

- **Liderazgo Global:** Ex Head de Marketing de Tourism New Zealand en Brasil y Estados Unidos, y ex Directora Global de Marketing & Revenue de CVC.
- **Estrategia de Destinos:** Consultora especializada en superar barreras de destinos mediante estrategias innovadoras con creadores de contenido (e.g., Gramado) y plataformas de Consumer Insights.
- **Be Intelligence:** Co-fundadora de la consultoría estratégica Be Intelligence, colaborando con marcas líderes globales como Yamaha Motors y Uber.

Seis capítulos

- 01** El Mercado
- 02** Cómo decide el viajero brasileño
- 03** Impulsores y barreras de la conversión
- 04** Análisis por destino
- 05** Oportunidades estratégicas

Lo que los números dicen

3°

posición entre destinos
más elegidos por brasileños

Fuente: ANAC

8 noches

estadía promedio
con USD 103 de gasto diario

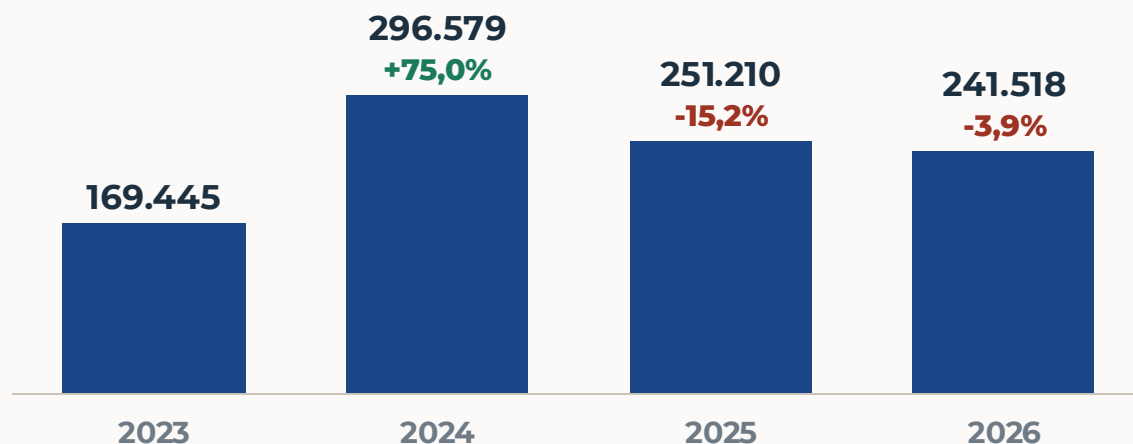
+42%

llegadas ene-jun 2026
contra 2023

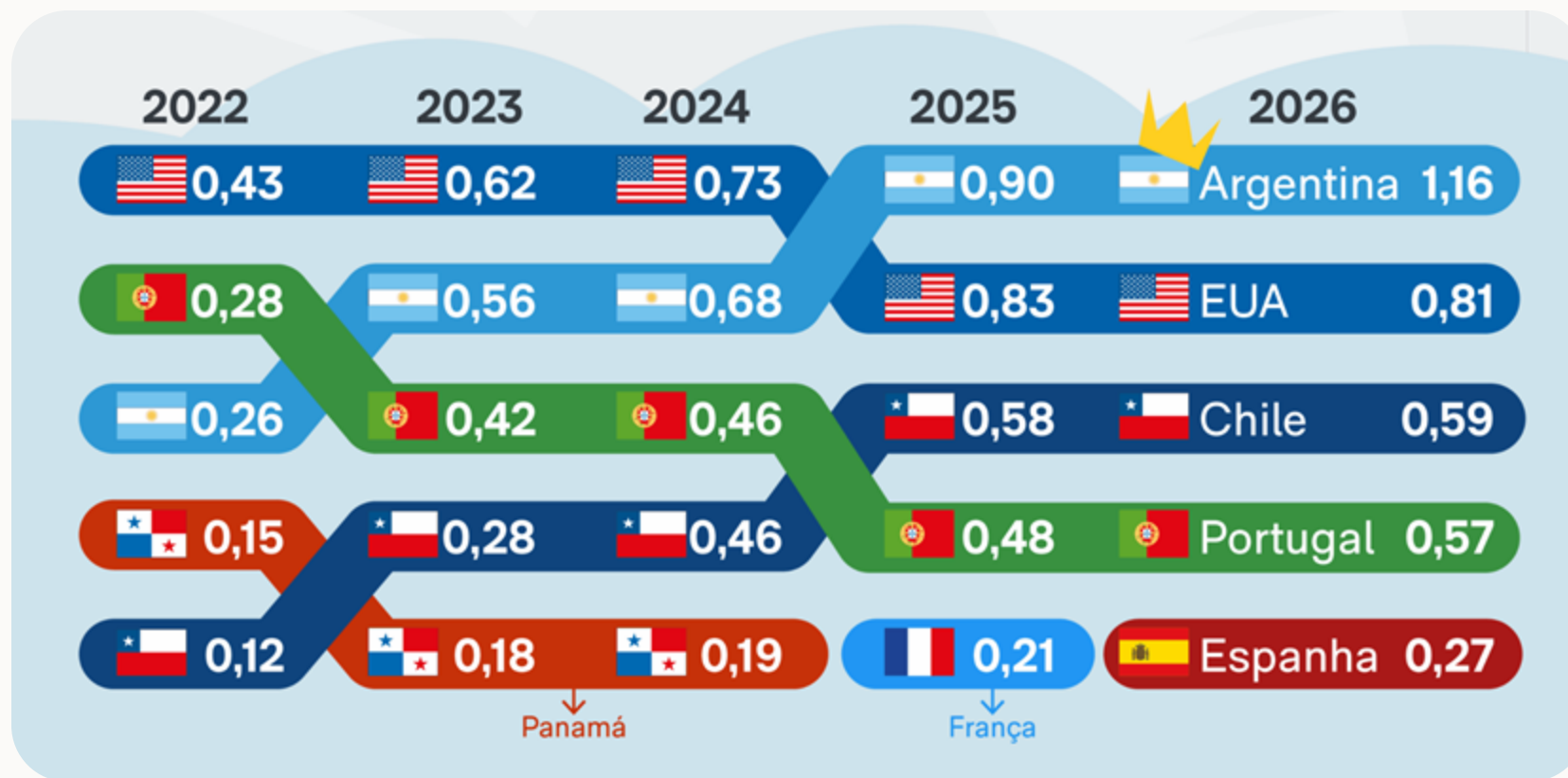
-3,9%

llegadas ene-jun 2026
contra 2025

Llegadas de brasileños a Chile (enero a junio de cada año)



Chile es el tercer destino internacional con mayor número de viajes aéreos desde Brasil entre enero y abril de 2026.



Argentina viene registrando un crecimiento sostenido en el flujo de pasajeros desde Brasil. En 2025 superó a Estados Unidos.

Portugal, que llegó a ocupar el segundo lugar entre los principales destinos internacionales, **ahora se encuentra en la cuarta posición.**

Chile sigue siendo más accesible que Estados Unidos, aunque más caro que Argentina.



Hoteles 30-70% más caros

Categoria	Buenos Aires	Santiago
Ibis (centro)	US\$ 48–66	US\$ 75–105
Mercure (4 estrelas)	US\$ 80–120	US\$ 120–170

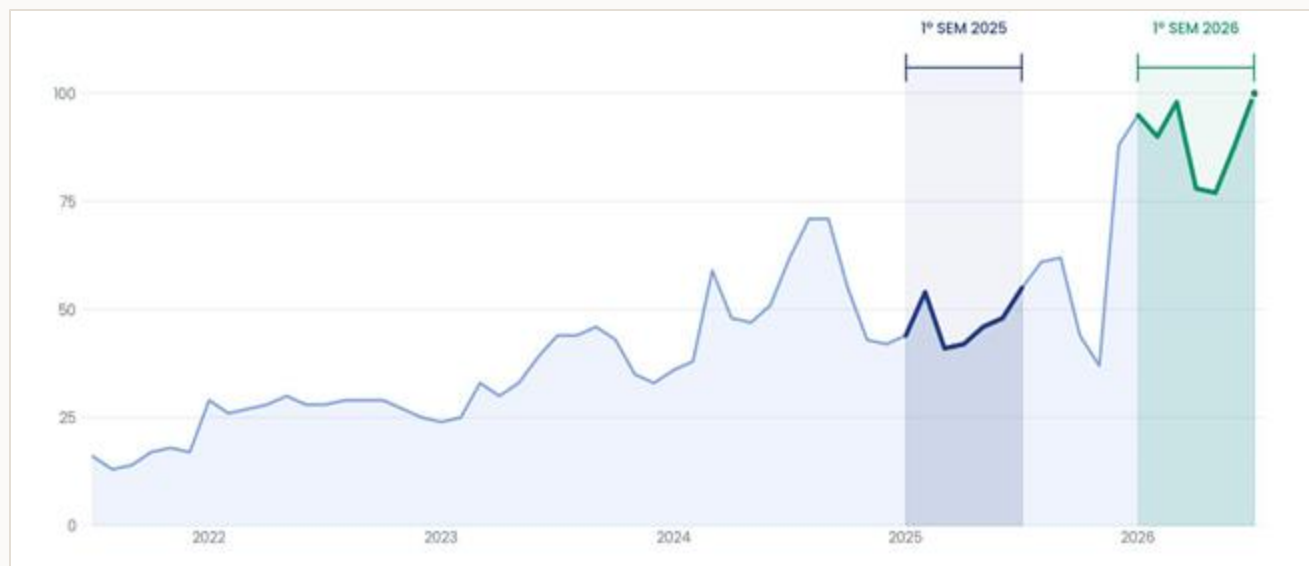


Pasajes 30%-40% más caras

Mês (amostra)	São Paulo → Buenos Aires	São Paulo → Santiago
Agosto	R\$ 1.100–1.500	R\$ 1.700–2.200
Setembro	R\$ 1.200–1.700	R\$ 1.800–2.400
Outubro	R\$ 1.300–1.800	R\$ 1.900–2.600
Novembro	R\$ 1.300–1.900	R\$ 2.000–2.700

Las búsquedas por Hoteles en Chile prácticamente se duplicaron

Durante el primer semestre de 2026 en comparación con el mismo período de 2025.



Pullman Santiago el bosque

+5000%

Hotel Gran Palace

+50%

Stanford Santiago

+5000%

Farellones chile

+30%

Hub providencia

+5000%

Nodo

+90%

Tres fuentes independientes, una sola conclusión

INTERÉS

+100%

búsquedas de hoteles Chile
Q1 2025 vs Q1 2026.

Google Trends

CONEXIÓN

+0,8%

flujo aéreo (vuelos comerciales)
Brasil-Chile Q1 2025 vs Q1 2026.

ANAC/JAC

LLEGADA

-6,0%

turistas brasileños
Q1 2025 vs Q1 2026.

SERNATUR

El deseo sube. El vuelo sigue disponible. La llegada cae.

El problema (o oportunidad) es conversión, no capacidad ni atractivo.

Universos distintos: ANAC cuenta pasajeros de todas las nacionalidades por vía aérea; SERNATUR cuenta turistas brasileños por todos los modos.

La pregunta

¿Cómo generar Sentido de Urgencia?

BOOK

Por eso,

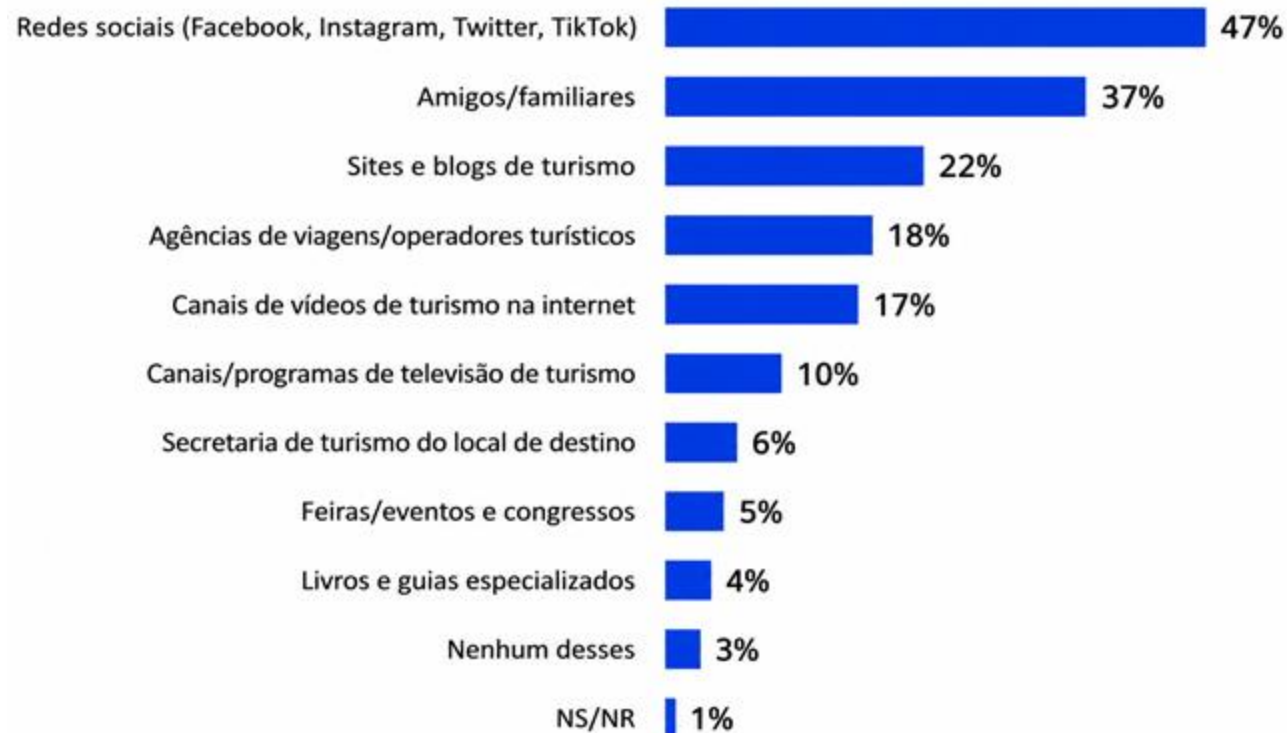
**Vamos a sumergirnos en la mente de las personas
a través de social listening.**



Monitoreo de +20k menciones en los últimos 12 meses en los canales tiktok, instagram, blogs y X.

Donde los brasileños buscan informaciones para viajes

Casi la mitad de los brasileños recurre a las redes sociales para descubrir y planificar su próximo destino.



Brasileiros buscam informações sobre seus próximos destinos nas redes sociais, diz estudo

Facebook, Instagram, Twitter e TikTok são as fontes mais relevantes, segundo pesquisa do MTur e da Nexus



La mayor parte de los comentarios son dudas

Cerca de los dos tercios de la conversación

62,3%

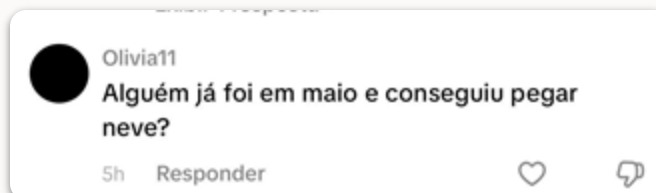
preguntas sobre logística,
clima, costo y agencia.

1,4%

quejas en toda la base de
12 meses.

**El brasileño no está
criticando a Chile.**

Está elogiando o pidiendo información para
planificar su viaje.



Con sentido de comunidade, **se respondem entre ellos**

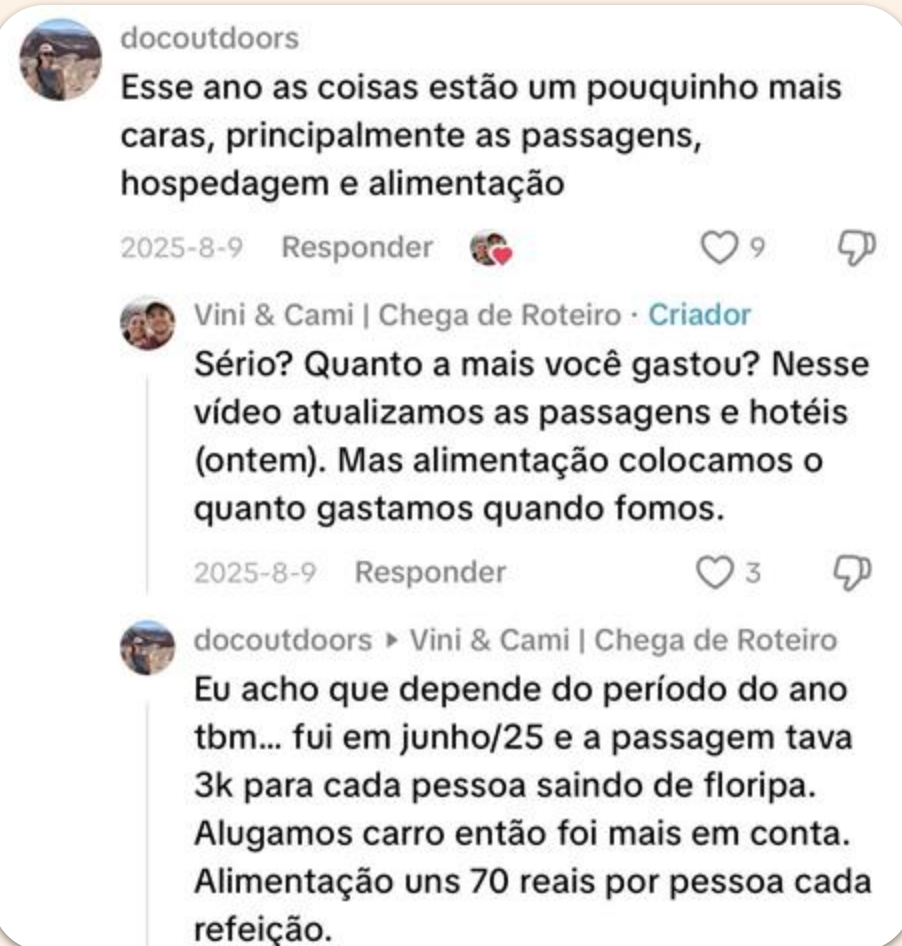
El brasileño está construyendo su propia guía de tips de Chile en la caja de comentarios.

@chegaderoteiro

11.5k Likes

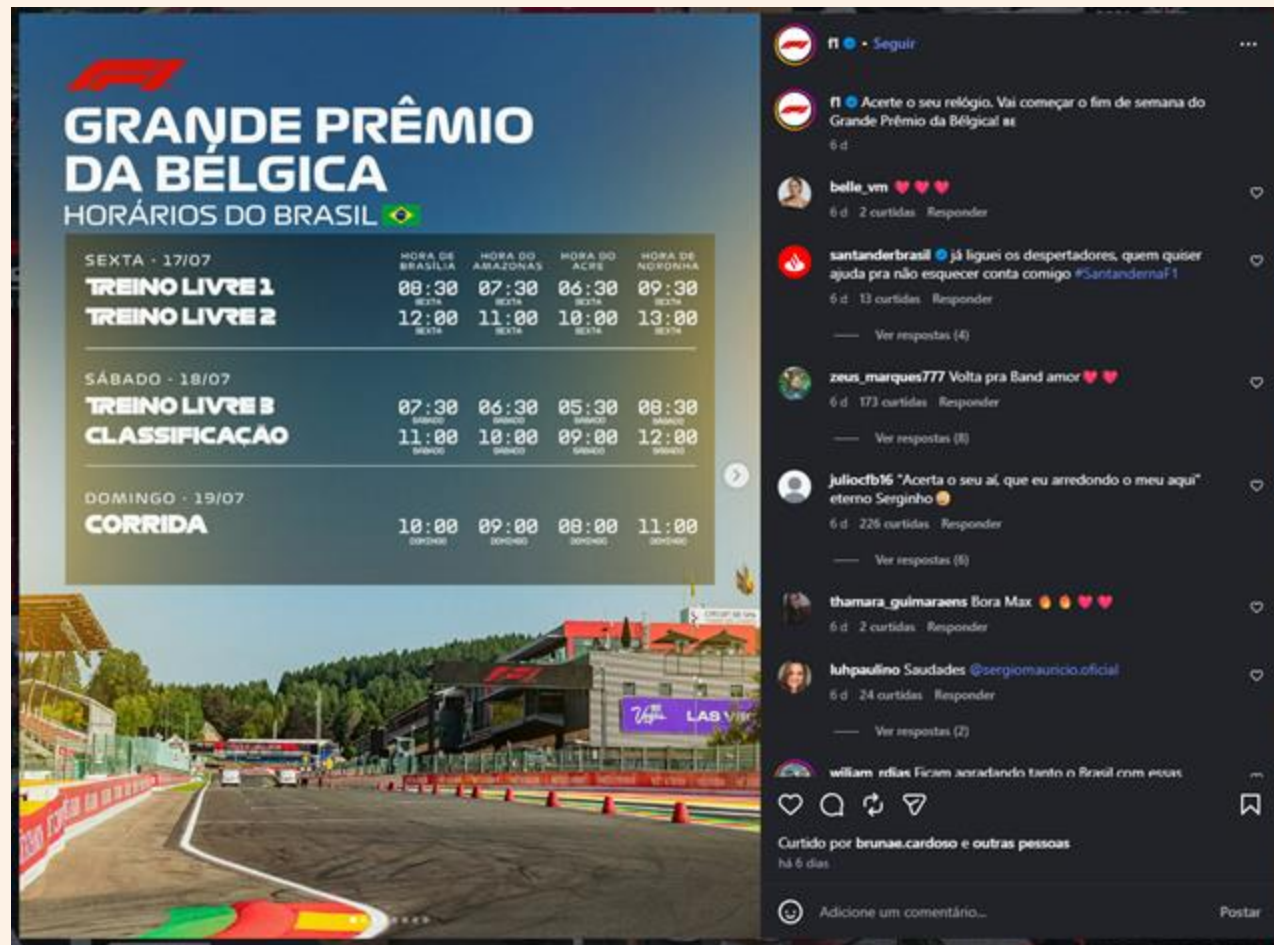
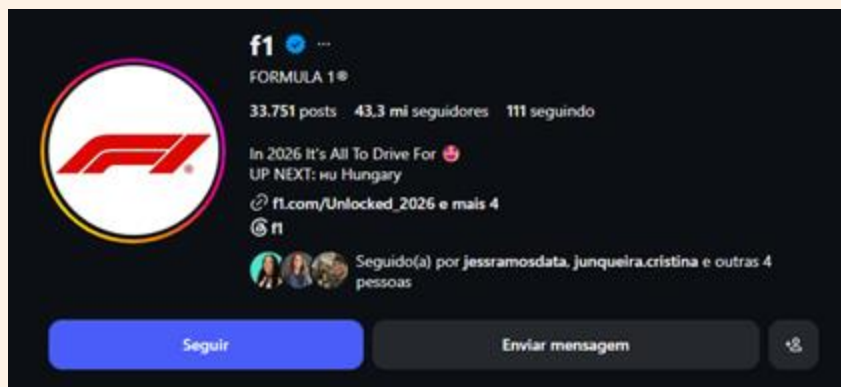
233 Comments

4.8k Shares



Case study - Formula 1 ingresando en las charlas

Oportunidad



Chile no tiene un problema de reputación. Tiene un mercado que no decide.

En doce meses, la negatividad nunca superó el 2,5% mensual y la duda nunca bajó del 60%.



Julio registró el mayor porcentaje de menciones negativas del período (2,5%), un nivel que aún se considera saludable (hasta un 5%). Sin embargo, también fue el mes con más comentarios positivos, lo que indica que **el aumento respondió a una mayor conversación y no a un deterioro de la reputación.**

Metodología: Comentarios en portugués de TikTok e Instagram, julio 2025 a julio 2026, once destinos. Sentimiento clasificado con LeIA y recalibrado con modelo de lenguaje sobre los registros negativos; porcentajes sobre el total de comentarios clasificables. La recolección prioriza publicaciones por engagement, por lo que la lectura es de proporción mensual, no de volumen.

Un destino muy completo

INSIGHT: paisaje, gastronomía y cultura son fortalezas que aparecen de cierta forma en todos los destinos de Chile.

Landscape

Landscape

Gastronomia

Gastronomía y vino

Cultura

Del elogio son mas variados

El principal motor de admiración

- 1 Paisaje y naturaleza
- 2 Nieve y esquí
- 3 Montañas y cordillera
- 4 Desierto y salares
- 5 Termas y aguas

Los sabores de Chile

- 1 Restaurantes y cafés
- 2 Vino y viñedos
- 3 Comida chilena
- 4 Almuerzo y cena
- 5 Mariscos, sushi y poke

El factor de emoción y cercanía

- 1 Cultura latinoamericana
- 2 Historia y patrimonio
- 3 Gente y ambiente local
- 4 Idioma accesible

Lectura del equipo sobre la evidencia de estos paneles.

Contenidos



"Chile 🇨🇱 | Férias de Julho em família. Entre a neve do Valle Nevado 🌨️ e os passeios por Santiago 🇨🇱, vivemos dias que ficarão guardados para sempre. Mais do que conhecer novos lugares, colecionamos sorrisos, aventuras, descobertas e tempo de qualidade juntos..."



"Tem paisagens que já é o argumento... o Atacama é uma delas, Deus capricha muito! 🌵"



Você vai pro Chile e faz o passeio mais lindo de inverno! 🇨🇱🌨️ quem toparia fazer também? Leia a legenda 🙌!

Se você tá indo ou tem vontade de conhecer Santiago já salva esse post porque foi o passeio de inverno que eu mais gostei por aqui!

O passeio se chama Termas de Colina e durante o inverno se torna um dos mais exclusivos por aqui. Isso porque as estradas fecham por conta da neve e você precisa contratar à parte meio de transporte especial pra isso.

Enquanto no verão custa em torno de R\$300, no inverno pode chegar até R\$1400.

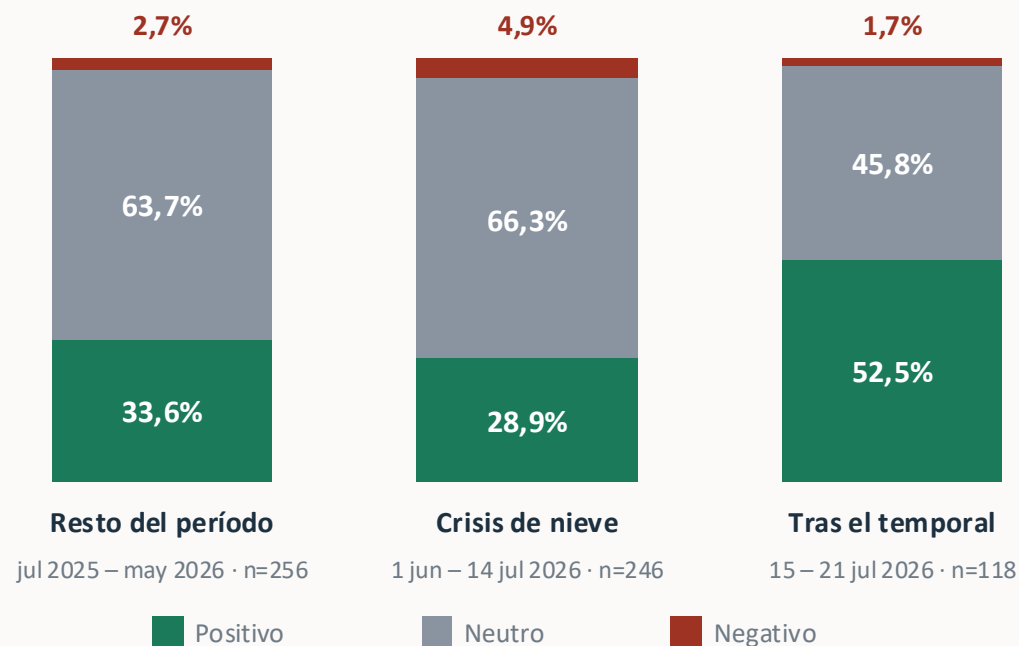
Esse passeio da Chiletur Copec é de dia inteiro e já inclui o transfer ida e volta pro hotel + almoço + motos de neve + aperitivos nas termas.

del tema; léxico propio auditado registro por registro. Aventura

Nieve es el principal tema de las quejas

En dos semanas la temporada 2026 pasó de 90% de pistas cerradas a más de 3 metros en Portillo.

Sentimiento en el clúster de esquí, por fase de la temporada



@mairabrandao_ / Likes: 31k / Share: 1.2k



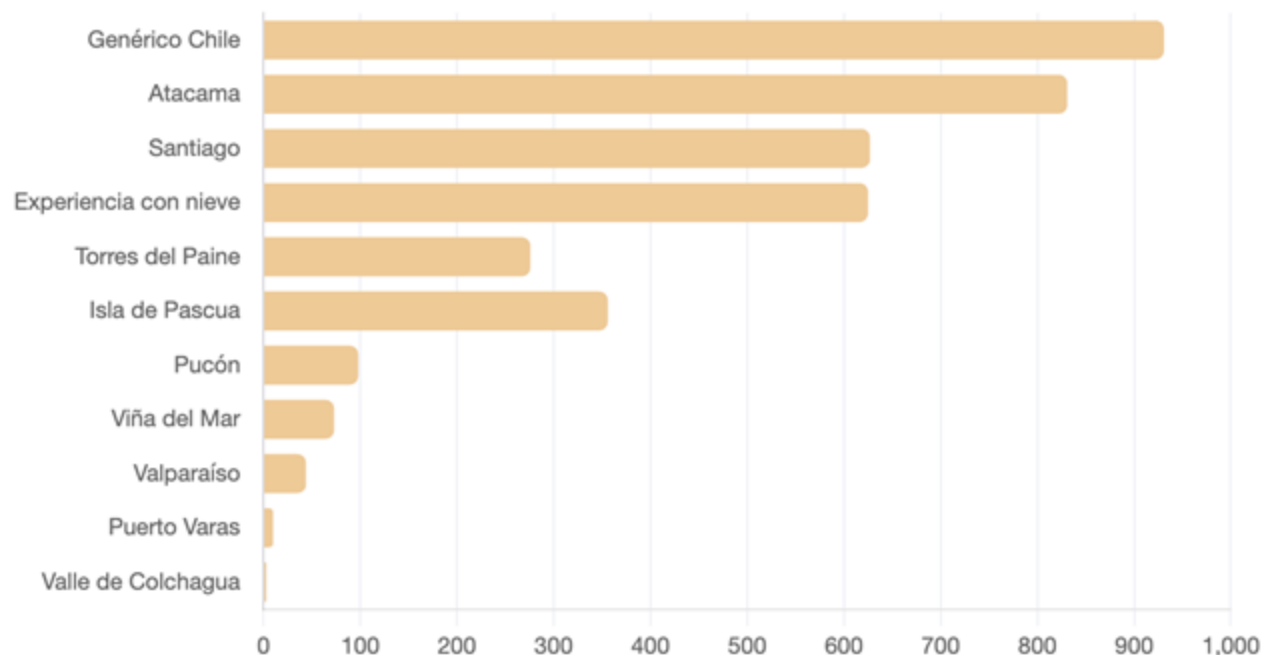
@caiotravels / Likes: 30k / Share: 12.9k

El positivo casi se duplicó en siete días y la negatividad cayó a un tercio. La misma tormenta que cerró las rutas salvó la temporada, y nuestra base lo detectó en tiempo real.

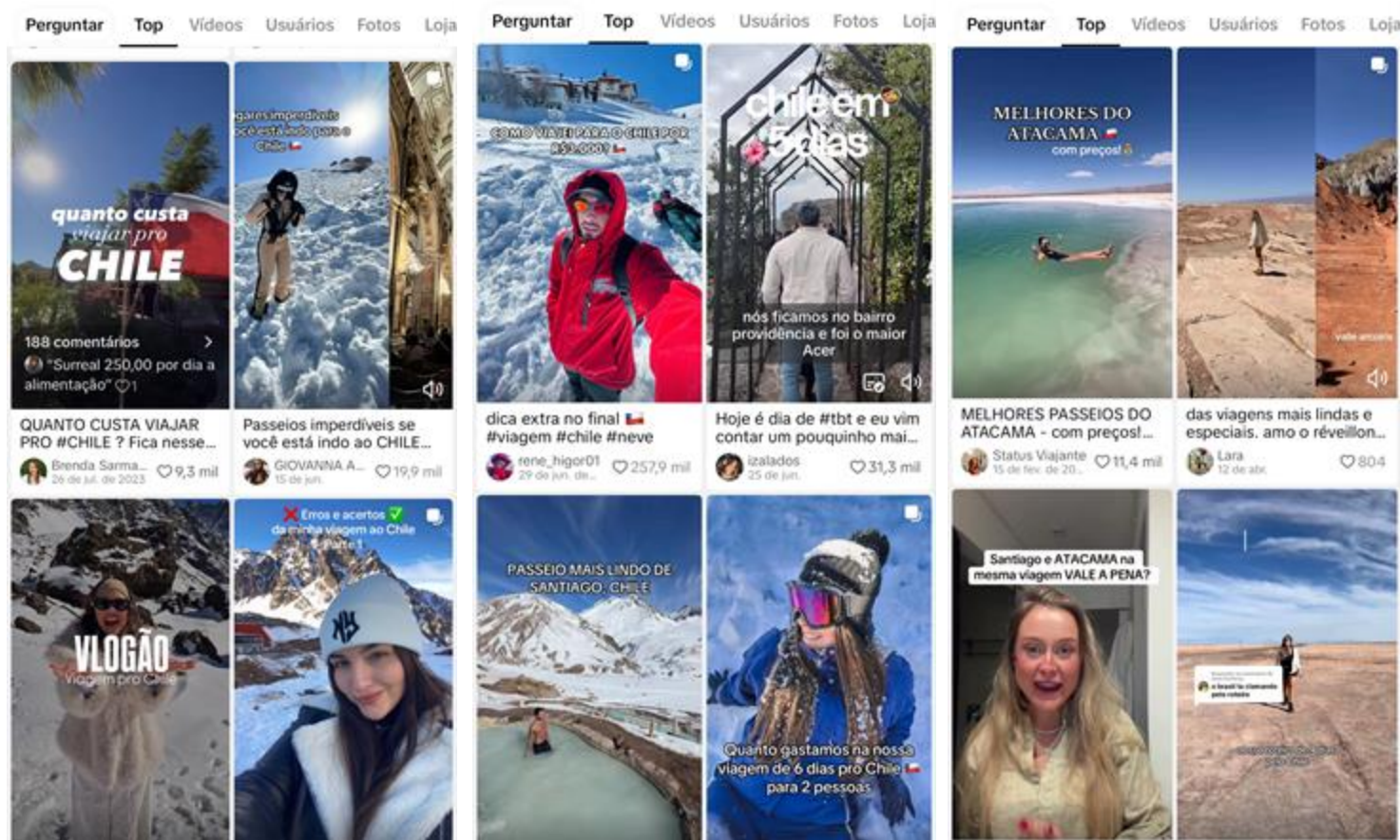
Atacama, Santiago y Destinos de Nieve son los más mencionados

Menciones por destino

volumen



Los contenidos de los creadores generalmente muestran



Planificación del viaje: itinerarios de 5, 7 o 9 días, cuánto cuesta, qué excursiones hacer y qué agencia elegir.

Experiencia personal: "mi itinerario", "cuánto gasté", "mis errores y aciertos", "así fue mi viaje".

Ganchos para tomar decisiones: "¿vale la pena?", "no cometas este error", "antes de elegir", "5 consejos para quienes viajan a Chile".

Los blogs con más contenido sobre Chile en el último mês

1. Promociones y planificación: contenidos centrados en pasajes, precios, itinerarios y consejos para organizar el viaje.
2. Comparaciones con Argentina: Chile aparece con frecuencia como alternativa o combinado con Argentina.
3. Destinos icónicos: Atacama, nieve, Andes y Patagonia concentran gran parte de las menciones sobre experiencias.

	viajarbarato.com.br	19 
	blog.livareviagens.com.br	15 
	melhoresdestinos.com.br	14 
	busbud.com	14 
	bloglcturismo.com.br	14 



Los top destinos, uno por uno

Lo que preguntan, lo que elogian y lo que los frena con el destaque de cada destino y espacio para la evidencia visual.

01 Santiago

INSIGHT La duda de Santiago no es si vale la pena: es con quién y cuándo.

Preguntas

62,4%

Elogios

36,7%

Quejas

1,1%

Lo que preguntan

- 1 Agencia y cómo contratar el paseo
- 2 Cuándo ir: mes, clima y temporada
- 3 Cómo llegar y moverse por la ciudad
- 4 Qué hacer y cómo armar el itinerario
- 5 Dónde comer
- 6 Cuánto cuesta

Lo que elogian

- 1 Belleza e impacto visual
- 2 Intención declarada de viajar
- 3 Vale la pena / lo recomienda
- 4 MUT y gastronomía
- 5 Nieve y cordillera cerca
- 6 Mercado Urbano Tobalaba

Lo que frena

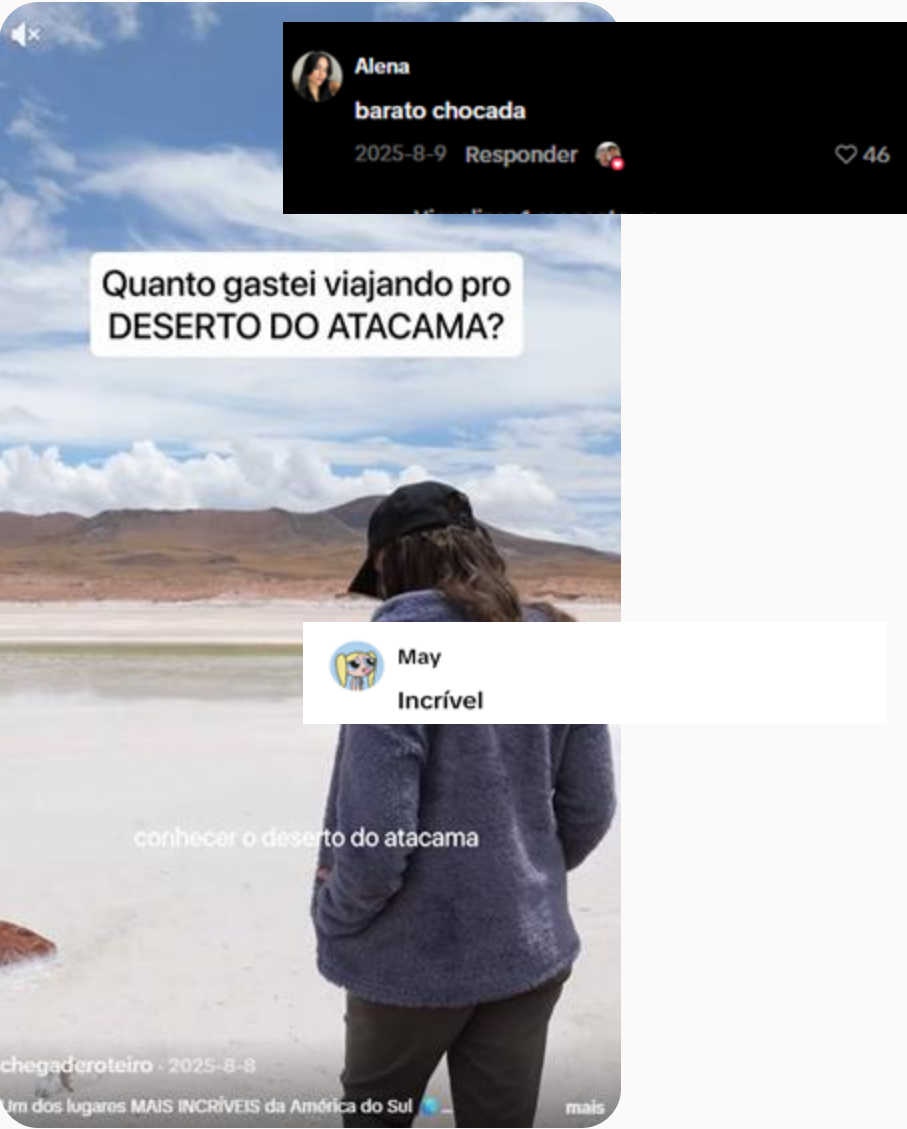
- 1 Íconos gastados
- 2 Termas caras y sucias
- 3 Agencias que no operan en julio
- 4 Comida más cara de lo esperado
- 5 Falsa sensación de seguridad en el centro histórico



02 Desierto de Atacama

INSIGHT El único destino con base sólida donde el elogio supera a la pregunta: el deseo ya está construido. La conversación no gira alrededor de si vale la pena

Preguntas	Elogios	Quejas
41,8%	56,9%	0,6%
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Agencia y cómo contratar	1 Belleza e impacto visual	1 Clima inesperado
2 Cuándo ir: mes, clima y fase lunar	2 Paisaje y naturaleza única	2 Comparación con el Salar de Uyuni
3 Cuánto cuesta	3 Cielo estrellado y astroturismo	3 Altitud necesidad de adaptación gradual
4 Cómo llegar: vuelos, Calama, auto	4 Sueño e intención de ir	4 Complejidad para armar el roteiro
5 Cómo fotografiar el cielo	5 Mejor viaje de mi vida	5 Costo de logística
6 Con quién ir: niños, solo, idioma		

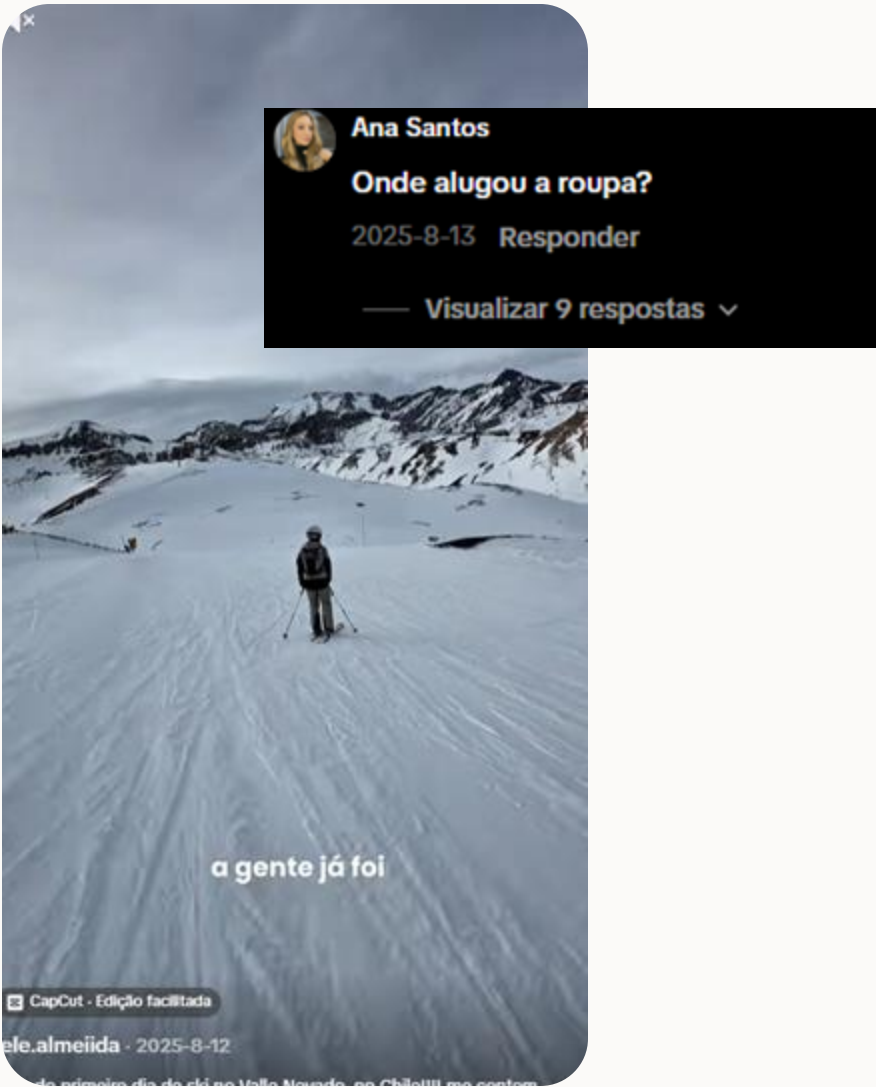


Publicación o comentario que ilustra el análisis de este destino
@chegaderoteiro / Likes: 11.6k / Share: 4.8k

03 Valle Nevado

INSIGHT Es el destino mayor negatividad que de toda la base y no es por el precio: es por la incertidumbre de si habrá nieve.

Preguntas	Elogios	Quejas
66,3%	27,4%	3,4%
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Alquiler de ropa y equipo 2 Hospedaje y cómo llegar 3 Cuánto cuesta 4 Cuándo ir y si habrá nieve 5 Ticket: dónde y cómo comprarlo 6 Agencia y con quién fue	1 Belleza e impacto visual de la montaña 2 Intención declarada: ya tienen fecha 3 La nieve como sueño realizado	1 Incertidumbre de nieve en la fecha ya comprada 2 Expectativa frustrada: temporada débil 3 Comparación con Ushuaia y Bariloche 4 Desconfianza del contenido brasileño sobre la nieve



Publicación o comentario que ilustra el análisis de este destino
@lele.almeida / Likes: 4.5k / Share: 576

04 Nevados de Chillán

INSIGHT: Gran parte de las publicaciones relevantes explican cómo llegar, pero todavía hay poca información sobre el acceso.

Preguntas	Elogios	Quejas
NA	NA	NA
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Cómo llegar: 600 km o 5 horas desde Santiago 2 Alternativa aérea vía Concepción 3 Nieve sin comprar ticket de estación 4 Volcanes y paisaje del sur 5 Estado de la ruta y de la nieve	1 Escenario de cine a 400 km de Santiago 2 Termas y naturaleza 3 Recepción cálida 4 Nieve y aguas termales en el mismo destino	1 La incertidumbre de distancias 2 Información de acceso es infraestructura 3 Consejos di nieve de acceso libre 4 Confusión sobre si el ticket es necesario

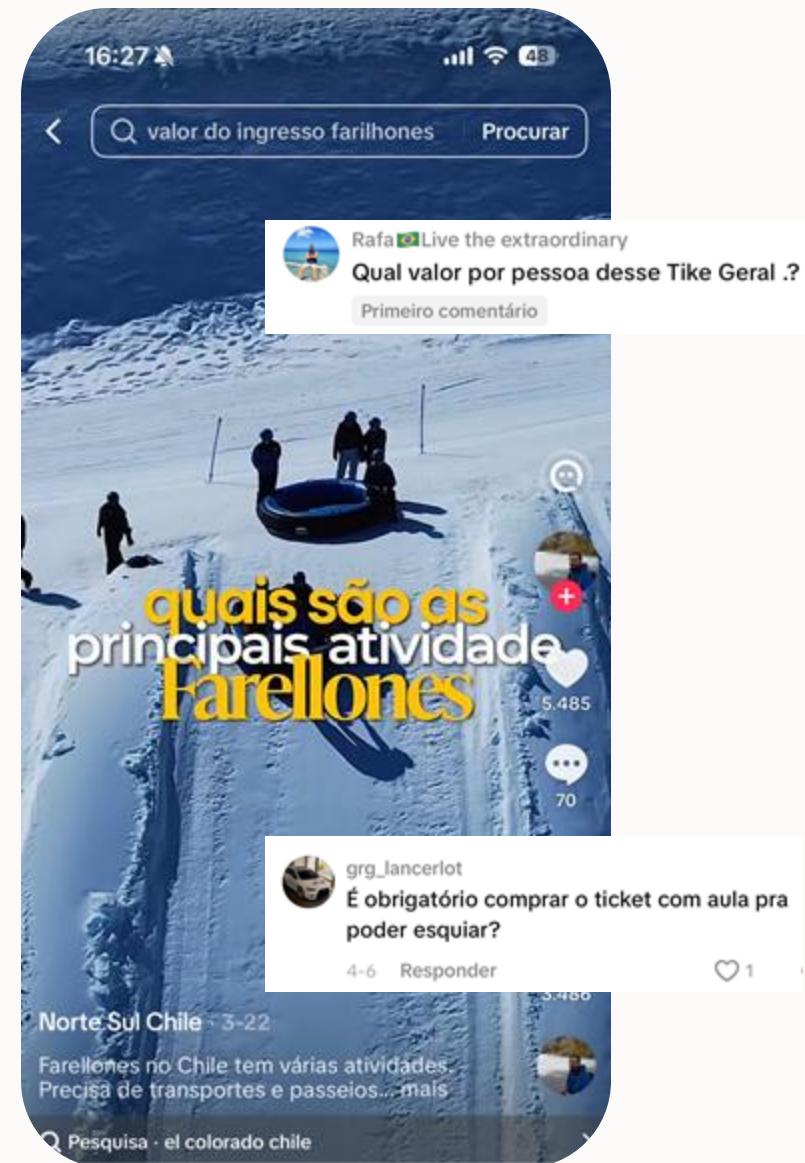


Publicación o comentario que ilustra el análisis de este destino @danipormim elaisemesquita

05 Farellones

INSIGHT Una de cada cuatro preguntas es sobre qué ticket comprar y qué incluye.

Preguntas	Elogios	Quejas
NA	NA	NA
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Qué ticket comprar y dónde 2 Clases, equipo y nivel 3 Qué mes tiene nieve 4 Diferencia entre los parques 5 Duración y precio por persona	Sin elogios explícitos en la base clasificada.	1 Filas y aglomeración 2 Expectativa vs realidad 3 Comparación directa con Portillo/Valle Nevado para esquiar 4 Reputación negativa de creadores reconocidos



<https://vt.tiktok.com/ZS4JUAPuW/>

06 Portillo

INSIGHT: Portillo se posiciona como destino contemplativo y no solo deportivo (íconos, historia y paisaje)

Preguntas	Elogios	Quejas
80%	20%	NA
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1Laguna del Inca y el hotel amarillo 2La estación de esquí más antigua de Sudamérica 3Los Caracoles: la ruta como atracción 4Clases para quien nunca esquió 5Paseo contemplativo, no deportivo	1Laguna del Inca como ícono visual 2Historia: estación de esquí más antigua de Sudamérica 3Ruta Los Caracoles como parte de la experiencia 4Paisaje contemplativo, no solo pista	Sin quejas explícitas en la base clasificada.



Publicación o comentario que ilustra el análisis de este destino @dicasdapri_chile

07 Torres del Paine

INSIGHT La pregunta dominante no es cuánto cuesta: es cuándo ir. Los comentarios tienen un tono muy aspiracional, como si se tratara del viaje de sus sueños.

Preguntas

66,5%

Elogios

32,7%

Quejas

0,7%

Lo que preguntan

- 1 Cuándo ir: mes y temporada
- 2 Pasajes: precio y dónde comprar
- 3 Alquiler de auto y conducción
- 4 Cuánto cuesta el viaje completo
- 5 Itinerario y hospedaje
- 6 Protocolos, acceso y cupos

Lo que elogian

- 1 El lugar más increíble que conocimos
- 2 Intención declarada de ir
- 3 La Patagonia como logro de viaje
- 4 Naturaleza y paisaje

Lo que frena

- 1 Costo total del viaje
- 2 Complejidad logística dos aeropuertos, 3 traslados
- 3 Protocolos, cotas y burocracia
- 4 Trilhas físicamente exigentes



08 Valparaíso

INSIGHT El destino más polarizado de la base: alta tasa positiva y alta tasa negativa.

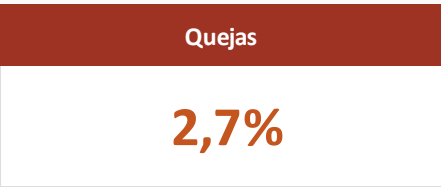
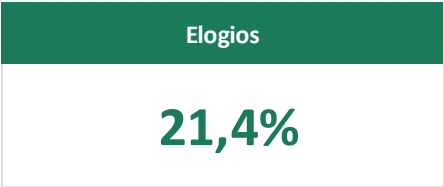
Preguntas	Elogios	Quejas
51,2%	41,9%	7,0%
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Qué ver en un solo día 2 Ir con agencia o por cuenta propia 3 Seguridad: asalto y hurto 4 Cuánto cuesta el tour 5 Clima y cuándo ir	1 Mar, Pacífico y fauna 2 Color, casas y arte urbano 3 Vale la pena incluirlo en el roteiro 4 Combinado con Viña del Mar	1 Relatos concretos de asalto y hurto en la ciudad 2 ‘El tour por agencia no vale lo que cuesta’ 3 Percepción de suciedad y descuido



Base propia de social listening (TikTok e Instagram, jul/2025 a jul/2026). Valparaíso: 44 registros en portugués — 24 comentarios y 20 publicaciones; 43 con sentimiento válido. Base por debajo del umbral de 30 registros clasificados por tema: los porcentajes de los paneles son señal direccional, no medida. Un registro puede tener más de un tema.

09 Viña del Mar

INSIGHT La duda de seguridad de Valparaíso contagia a Viña y hay comentarios que declaran haber sacado el destino del itinerario.



Lo que preguntan
1 Seguridad: si es peligroso
2 Roteiro y cuántos días quedarse
3 Cómo llegar: metro, bus, tarjeta
4 Cuándo ir y clima
5 Si vale la pena / es imperdible
6 Cuánto cuesta

Lo que elogian
1 Ciudad Jardín, playas y el Pacífico
2 Contrapunto: ‘no vi nada peligroso’
3 Vale quedarse más de un día
4 Buena base para combinar con Santiago

Lo que frena
1 Contagio de la inseguridad de Valparaíso
2 Percepción de ciudad de paso, no destino
3 Comparación desfavorable con playas de Brasil

Publicación o comentario que ilustra el análisis de este destino
@vaifabim / Likes: 3.3k / Share: 91



10 Pucón

INSIGHT Pucón tiene el mayor share de elogio de los diez destinos y una de las menores demandas de información. No es problema de reputación: es problema de descubrimiento.

Preguntas	Elogios	Quejas
80%	20%	NA
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Comentarios de viajero	1 Lago Villarrica y el volcán	Poca demanda de información
2 Publicaciones	2 "Capital nacional de la aventura"	
3 Comentarios con tema	3 Cómo llegar: Temuco o bus desde Santiago	
4 Elogios	4 Qué tan exigente es subir el volcán	
5 Preguntas		



11 Puerto Varas

INSIGHT Ubicación poco conocida en el mercado.

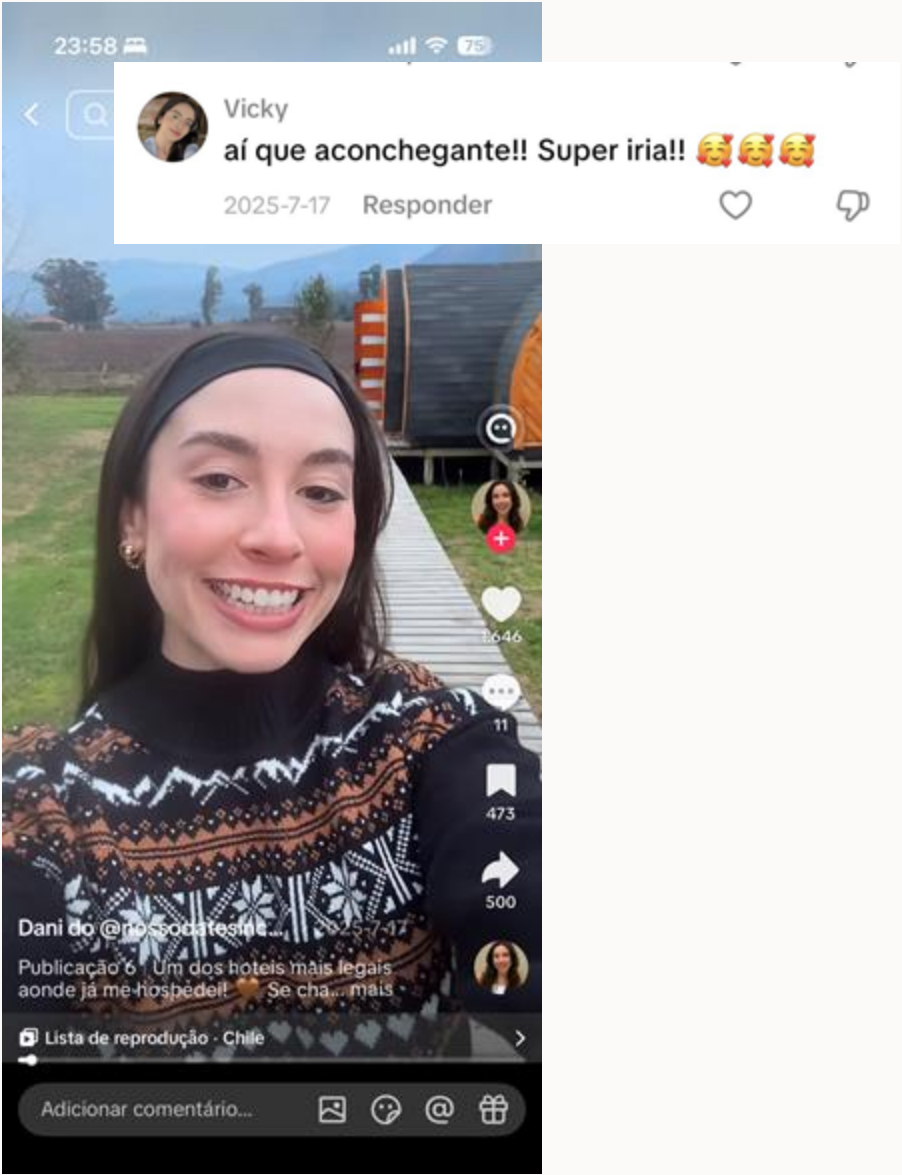
Preguntas	Elogios	Quejas
80%	20%	NA
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Cómo llegar	1 Lago Llanquihue y volcán Osorno	1 Ubicación desconocida, el brasileño no sabe que existe
2 Cuántos días quedarse	2 Región de los Lagos como naturaleza	2 Falta de promoción
3 Combinar con Frutillar y otras ciudades del lago	3 "Ciudad linda del sur de Chile"	3 Falta de conocimiento de roteiros
4 Qué hacer en un día completo		4 Sin diferenciación clara vs Pucón



12 Valle de Colchagua

INSIGHT El enoturismo sí existe en la conversación, pero anclado a Santiago.

Preguntas	Elogios	Quejas
NA	NA	NA
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Como ítem dentro del itinerario de Santiago 2 Cómo llegar a la viña: Uber, entrada y traslado 3 Cuánto costó el paseo saliendo de Santiago o hotel 4 Vino como compra de regreso, no como experiencia	1 Cercanía a Santiago (2h30) 2 Tour, degustación y picnic en un mismo día 3 Carménère como puerta de entrada al valle	Ningún comentario negativo de viajero cita Colchagua



13 Isla de Pascua

INSIGHT el interés se centra principalmente en la curiosidad arqueológica, mientras que la planificación del viaje queda en un segundo plano.

Preguntas	Elogios	Quejas
38,1%	61,9%	0,7%
Lo que preguntan	Lo que elogian	Lo que frena
1 Cómo llegaron los moái y quién los construyó	1 Misterio y fascinación de Rapa Nui	1 Falta de promoción
2 Qué antigüedad tienen las estatuas	2 Uno de los cielos más estrellados del mundo	2 Sin contenido de creador que explique cómo se viaja
3 Debate sobre patrimonio en museos extranjeros	3 Destino aislado y único en el planeta	3 Precio pasaje
4 Ninguna sobre cómo llegar, cuánto cuesta o cuándo ir	4 ‘Ese paraíso todavía me falta conocer’	

Publicación o comentario que ilustra el análisis de este destino
@roleintuitivo / Likes: 9.5k / Share: 3.7k



O sea,

**Chile no necesita reconquistar
el deseo del brasileño. Ya lo tiene y está a un clic
de la compra.**



Necesita acortar el camino entre ese deseo y la decisión.

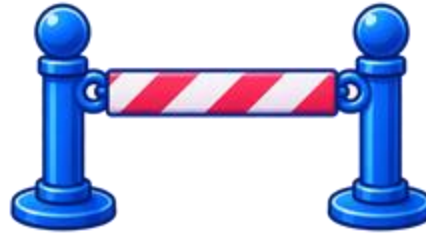
Estrategias para generar sentido de urgencia

01



Promocional / Precio

02



**Eliminación de
Barreras**

03



Fear of Missing Out

Estrategias para generar sentido de urgencia

1. **Promocional / Precio:** Campañas de precios y ofertas por tiempo limitado.
2. **Eliminación de Barreras:** Respuestas proactivas y contenidos orientados a resolver objeciones (adaptados al contexto local).
3. **FOMO (Fear of Missing Out):** Contenido aspiracional, tendencias de temporada y prueba social.



tiktok



Ejemplo

Gracias :)

Fuentes y notas metodológicas

Base social	Textos en portugués (TikTok e Instagram), jul/2025 a jul/2026, 11 destinos. Sentimiento por LeIA + reclasificación con LLM de los 532 NEG originales.
Llegadas Chile	SERNATUR / Data Turismo Chile — Llegadas de brasileños ene-jun, consulta del 22.07.2026.
Flujo aéreo	ANAC vía Poder360 (05.06.2026) — pasajeros embarcados en Brasil, ene-abr, solo vía aérea.
Argentina	INDEC / ETI Ezeiza y Aeroparque, 1er trimestre 2025 y 2026 — Llegadas y gasto diario de brasileños.
Búsqueda	Google Trends vía Glimpse — Brasil, 12 meses, categoría Viajes.
Nieve	ACESKI, Dirección Meteorológica de Chile, NOAA (El Niño 2026-27).

Limitaciones declaradas: 64,8% de la base no recibió etiqueta semántica — los porcentajes por tema son incidencia sobre textos clasificados. Puerto Varas (10) y Valle de Colchagua (3) tienen N insuficiente. El volumen diario de julio está afectado por el diseño de la recolección y no debe leerse como tendencia.



BRAZTOA

Marina Figueiredo
Presidente Ejecutiva

#Brasil

Población residente estimada de Brasil: **213.421.037 millones de habitantes (*)**

Rendimiento domiciliar per capita (2025): **R\$ 2.316 por mes**

Região	População	Participação	Rendimento domiciliar per capita (R\$/mês)
Sudeste	91,9 milhões	43,10%	R\$2.669,00
Nordeste	57,7 milhões	27,00%	R\$1.484,00
Sul	31,8 milhões	14,90%	R\$2.734,00
Norte	19,0 milhões	8,90%	R\$1.568,00
Centro-Oeste	13,0 milhões	6,10%	R\$2.772,00

Fonte: IBGE (*) População residente estimada em 1º de julho de 2025 - Fonte: IBGE – Estimativas da População 2025 - – PNAD Contínua 2025



#Brasil

UN MERCADO DE ESCALA CONTINENTAL

- 213,4 millones de habitantes
- El 70% de la población se concentra en las regiones sureste y noreste.
- Las regiones centro-oeste, sureste y sur concentran los niveles de ingresos más altos del país.
- **11 ciudades brasileñas tienen vuelos directos a Santiago.**
- Estos estados **representan aproximadamente 153 millones de habitantes (el 72% de la población brasileña).**
- La red aérea actual permite a **los pasajeros de prácticamente todo Brasil acceder a estos centros de conexión internacionales.**
- Las principales ciudades con vuelos directos a Santiago se ubican precisamente en **las regiones con mayores ingresos y mayor propensión a los viajes internacionales.**

10 Estados brasileño mayor populacion	População	Rendimento domiciliar per capita
1. 🇧🇷 São Paulo	46.081.801	R\$2.956
2. 🇧🇷 Minas Gerais	21.393.441	R\$2.353
3. 🇧🇷 Rio de Janeiro	17.223.547	R\$2.794
4. 🇧🇷 Bahia	14.850.513	
5. 🇧🇷 Paraná	11.997.425	R\$2.762
6. 🇧🇷 Rio Grande do Sul	11.445.848	R\$2.839
7. 🇧🇷 Pernambuco	9.539.029	
8. 🇧🇷 Ceará	9.281.011	
9. 🇧🇷 Pará	8.975.113	
10. 🇧🇷 Santa Catarina	8.337.297	R\$2.809
Distrito Federal	≈3,0 milhões	R\$4.538,00



División nacional vs. división internacional

En 2025, los ingresos por viajes nacionales alcanzaron los R\$18.660 millones, lo que representa el 77,9% de los ingresos totales de los operadores turísticos durante ese período. Por otro lado, los ingresos por ventas internacionales representaron aproximadamente el 22% del total vendido por los operadores de Braztoa, alcanzando los R\$5.300 millones.



El desglose de los ingresos entre los mercados nacionales e internacionales a lo largo de la serie histórica pone de manifiesto el predominio constante del turismo nacional en las operaciones de los operadores turísticos de Braztoa. El mercado internacional, por su parte, muestra fluctuaciones más volátiles, liderando el mercado en momentos puntuales.

INGRESOS NACIONALES VS. INGRESOS INTERNACIONALES																
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Doméstico	3,60	4,95	5,45	5,64	6,01	6,40	7,04	7,18	7,60	9,00	3,09	5,80	5,20	11,55	5,46	18,66 ▲
Internacional	3,73	4,59	4,89	5,10	5,43	4,23	3,96	4,69	5,23	6,10	0,90	1,20	6,30	7,69	16,63	5,30 ▼
Total	7,33	9,54	10,34	10,74	11,44	10,63	11,00	11,87	12,83	15,10	3,99	7,00	11,50	19,24	22,09	23,96 ▲

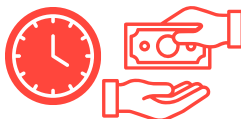


En 2025, los ingresos procedentes de las ventas internacionales representaron aproximadamente el **22% de las ventas totales, alcanzando los R\$ 5.300 millones (+US\$ 1 millón).**

Estos números corresponden a:



El turismo internacional procedente de brasileños genera diariamente más de 14 millones de reales.



Se gasta el equivalente a aproximadamente R\$600.000 por hora en viajes internacionales comercializados.



Si este valor se representara en una línea, prácticamente conectaría a Brasil con Europa mediante billetes colocados uno al lado del otro.



El equivalente a unas 16 veces la altura de la Torre Eiffel.



Apilada en billetes de R\$100, alcanza aproximadamente 60 veces la altura de la Estatua de la Libertad.



El equivalente a unas 30 veces la altura de la Sagrada Familia.



Una escala que supera la altitud de Machu Picchu y duplica la altura de las Azores.



El equivalente a más de dos viajes completos entre São Paulo y Buenos Aires.



El equivalente a un viaje completo entre São Paulo y Santiago, y aun así suficiente para continuar hasta el desierto de Atacama.

ENVÍOS TOTALES - MILLONES, 2025

9,71 millones



EMBARQUE COMPLETO

9,71 MILLONES

Estos números corresponden a:



Aproximadamente 26.600 personas viajar de día



Distancia equivalente a conectar São Paulo con Europa.



125 estadios Maracanã completamente lleno



Una línea de aproximadamente 7.000 km, suficiente para cruzar Brasil y recorrer toda la costa noreste.



El equivalente a más de 55 mil Aviones llenos durante todo el año.



En cuanto al volumen de pasajeros, aproximadamente **2,61 millones viajaron al extranjero** en 2025, lo que representa alrededor del **27% del número total** de pasajeros en ese período.

Estos números corresponden a:



Más de 7.000 brasileños viajan al extranjero cada día.



Un promedio de 300 personas por hora embarcan en vuelos con destino internacional.



Aproximadamente 9.000 vuelos internacionales (Boeing 777/A330) fueron reservados por completo en aviones de gran tamaño.



El equivalente a llenar Times Square en Nueva York más de 7 veces. Un flujo continuo que conecta a Brasil con los principales destinos mundiales.



Aproximadamente 1 de cada 7 chilenos representa aproximadamente el 35% de la población (más de un tercio) de la Región Metropolitana de Santiago.

Un flujo constante de inversión en experiencias en el extranjero, que transforma el deseo en viajes reales cada día.

En cuanto al volumen de diarias internacionales vendidas por los operadores en 2025, los viajes internacionales alcanzaron los **6,9 millones de diarias vendidas**.

Estos números corresponden a:



El equivalente a mantener ocupados todos los hoteles de Lisboa durante unos 9 meses.



El equivalente a mantener ocupados todos los hoteles de París durante casi 3 meses.

1 de cada 3 pernoctaciones registradas en todo Chile en 2025* o 416 días, aproximadamente un año y dos meses de alojamiento turístico en la Región Metropolitana de Santiago**



Un flujo que sustenta aproximadamente 19.000 habitaciones de hotel ocupadas en todo el mundo cada día.



El equivalente a mantener un hotel de 100 habitaciones completamente ocupado durante aproximadamente 190 años consecutivos.



El turismo internacional procedente de brasileños genera diariamente más de 14 millones de reales.



Se gasta el equivalente a aproximadamente R\$600.000 por hora en viajes internacionales comercializados.

Base Calculo: (*) Em 2025, o Chile registrou 20,87 milhões de pernites em estabelecimentos de hospedagem turística. (**) Região Metropolitana de Santiago é de 16.591 unidades habitacionais, no Anuário de Turismo do Chile

Facturación y embarques por continente (emisivo internacional)

2º AMÉRICA DEL NORTE

Ingresos: 20%
Envíos: 19%
Valor promedio del boleto: USD
2719,26

1º EUROPA

Ingresos: 34%
Envíos: 33%
Valor promedio del boleto: USD
4.462,26

4º ASIA

Ingresos: 13%
Envíos: 12%
Precio promedio del boleto: USD
4.883,90

5º AMÉRICA CENTRAL + CARIBE

Ingresos: 8%
Envíos: 8%
Precio promedio del boleto: USD
969,88

6º ÁFRICA

Ingresos: 7%
Envíos: 7%
Valor promedio del boleto: USD
3.860,43

3. SUDAMERICA

Ingresos: 17%
Envíos: 19%
Precio promedio del boleto: USD
370,05

7º OCEANÍA

Ingresos: 1%
Envíos: 2%
Valor promedio del boleto: USD
3.003,60

INGRESOS INTERNACIONALES
TOTALES: 1 MILLION USD
EMBARQUES: 2,61 MILLONES
TICKET MEDIO: 3.467,05 USD

atracciones, ciudades y países más vendidos / Internacional (emisor internacional)

	PRINCIPALES ATRACCIONES	PRINCIPALES CIUDADES	TOP PAÍSES
1º	Disney Florida	Lisboa	Estados Unidos
2º	Coliseo	París	Italia
3.	Torre Eiffel	Roma	Portugal
4º	Museu Louvre	Orlando	Argentina
5º	Universal Orlando	Buenos Aires	Francia
6º	Vaticano/ Basílica de São Pedro	Santiago	Chile
7º	Sagrada Familia	Punta Cana	España
8º	Machu Picchu	Tokio	República Dominicana
9º	Disney París	Madrid	Japón
10º	Ilha Saona	Dubai	Perú



6º



Em 2024
Chile ficou em 7º país mais comercializado
Santiago em 9º cidade mais comercializada





1. Contacto con la naturaleza y actividades al aire libre
2. Cocina auténtica y local
3. Productos locales y artesanías
4. Lujo exclusivo y experiencias únicas
5. Viajes en grupo basados en intereses compartidos
6. Bienestar, autocuidado y reconexión personal
7. Festivales, música y grandes eventos culturales
8. Experimentar fenómenos naturales
9. El alojamiento como enfoque principal
10. Deportes y eventos deportivos

EXPERIENCIAS EN ALTA

(fuerzas actuales del turismo)



1. Aventuras y desafíos al aire libre (senderos, deportes, experiencias de superación de obstáculos)
2. Lujo consciente
3. Inmersión en las culturas y conocimientos locales
4. Alta gastronomía
5. Turismo de Compras
6. Viajes inspirados en películas y series
7. Refugio urbano y descompresión (lujo tranquilo, escapismo consciente)
8. Autocuidado mental y emocional durante los viajes
9. Viajes con propósito e impacto positivo
10. Destinos de significado espiritual y energético

EXPERIENCIAS EMERGENTES

(movimientos en ascenso - potencial)



1. Búsqueda por experiencias auténticas y locales
2. Interés por destinos fuera de las rutas turísticas habituales
3. Lujo con significado
4. Experiencias "instagrameables" o experiencias con potencial para ser compartidas digitalmente
5. Búsqueda por aprendizaje y transformación personal
6. Influencia de las películas y series en los destinos turísticos
7. Conciencia ambiental en las decisiones de viaje
8. Deseo de generar impacto positivo y propósito en el viaje
9. Viajes centrados en la salud y la estética
10. Reconexión con las raíces y ancestralidad

MOTIVACIONES Y VALORES DEL VIAJERO

(¿Por qué y qué estás buscando?)



1. El alojamiento como protagonista del viaje
2. Viajes más cortos y más frecuentes
3. Viajes fuera de temporada
4. Inmersión regional con menos desplazamientos
5. Viajes en grupo basados en intereses compartidos
6. Viajes en grupos pequeños o con lazos emocionales
7. Viajes intergeneracionales
8. Ritmo más lento y desconexión digital
9. Viajes enfocados en la educación y el aprendizaje (turismo educativo)

FORMAS Y FORMATOS DE VIAJAR

(Cómo viajar: dinámica del comportamiento)



1. Personas mayores / 60+
2. Viajeros solitarios
3. Mujeres que viajan solas
4. Adultos sin hijos

Algunos perfiles de audiencia muestran un crecimiento constante de cara a 2026, lo que indica claras oportunidades para el desarrollo de productos, la comunicación y experiencias más personalizadas.

PERFILES CON MAYOR CRECIMIENTO

(perfiles en mayor crecimiento - potencial)

Estar **atento** a las **oportunidades**

Chile, y Santiago, puede posicionarse como **un destino atractivo en todas las estaciones**, ofreciendo diversas experiencias que van más allá de la nieve y el invierno. Esto incluye **enoturismo, gastronomía, cultura y paisajes naturales únicos**.

1. **Contacto con la naturaleza y actividades al aire libre**
 2. **Cocina auténtica y local**
 3. **Productos locales y artesanías**
 4. **Lujo exclusivo y experiencias únicas**
 5. **Viajes en grupo basados en intereses compartidos**
 6. **Bienestar, autocuidado y reconexión personal**
 7. **Festivales, música y grandes eventos culturales**
 8. **Experimentar fenómenos naturales**
 9. **El alojamiento como enfoque principal**
 10. **Deportes y eventos deportivos**
- **Turismo para asistir a festivales y espectáculos musicales;**
 - **Turismo de Cine y Series;**
 - **Turismo nocturno;**
 - **Turismo ancestral y de raíces;**
 - **Turismo comunitario;**
 - **Turismo combinado con cursos y aprendizaje.**

#diversificar

#outras experiências

#ano todo

