

**Fecha:** 19-09-2025  
**Medio:** Las Últimas Noticias  
**Supl.:** Las Últimas Noticias  
**Tipo:** Noticia general  
**Título:** No todo es nieve: amplia oferta turística para que los brasileños vengan durante todo el año a Chile

**Pág.:** 8  
**Cm2:** 721,7  
**VPE:** \$ 3.968.862

**Tiraje:** 91.144  
**Lectoría:** 224.906  
**Favorabilidad:** ☐ No Definida

Los planes varían desde visitas a viñas hasta traslados a San Pedro de Atacama

# No todo es nieve: amplia oferta turística para que los brasileños vengan durante todo el año a Chile

**“El mercado de Brasil es prioritario por la cercanía, el gasto y el potencial que tiene”, dice Jaime Guazzini, presidente de la Federación de Empresas de Turismo.**

FABIÁN LLANCA

Según cifras de la Subsecretaría de Turismo, durante el primer semestre de este año han estado en Chile 251.210 brasileños en plan de vacaciones, cifra que representa el 8% del total de turistas ingresados entre enero y junio, y que ocupa el tercer lugar de visitantes, detrás de Argentina y Bolivia. La estadística oficial no incluyó a quienes han venido a disfrutar de la nieve en los centros invernales, el destino preferido quienes vienen desde Brasil.

“El invierno de 2024 marcó un récord histórico en la llegada de turistas brasileños, con 265.360 ingresos solo entre julio y agosto, impulsados por un tipo de cambio favorable, abundante nieve, buena conectividad aérea y campañas de promoción intensivas”, dice Bernardita Silva, gerente de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio.

Para este 2025, añade, “se proyecta una afluencia levemente menor; de hecho, entre enero y junio hubo una baja de 15,3% comparado con 2024, con Chile ya posicionado como un destino de invierno de referencia en Sudamérica, sobre todo para los brasileños”, ratifica.

Con esta posición de privilegio alcanzada, el desafío para el sector turístico es la estacionalidad y generar estrategias para atraer a los brasileños todo el año, no solo en invierno.

“El mercado de Brasil es prioritario por la cercanía, el gasto y el potencial que tiene”, refiere Jaime Guazzini, presidente de la Federación de Empresas de Turismo, Fedetur.

Analizando las cifras disponibles, Janine Valenzuela, directora de la escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad de las Américas (UDLA), acota que “en 2023, Brasil se posicionó como el principal generador de divisas turísticas para Chile, desplazando a Argentina. Los turistas brasileños aportaron cerca de 373,8

millones de dólares, con un gasto promedio individual de 767,7 dólares, por encima de los argentinos, quienes generaron 370 millones de dólares”.

Más aún, añade Valenzuela, “en 2024, Chile alcanzó cifras históricas con la llegada de 787.000 turistas brasileños, lo que representó un incremento del 62% en comparación con el año anterior. Considerando que el gasto promedio diario de este visitante se sitúa en torno a los 112 dólares y que su estadía habitual fluctúa entre siete y ocho días, el desembolso total por persona varía aproximadamente entre 851 y 1.000 dólares”.

## Nieve derretida

Como ya está estabilizada la demanda invernal de turistas brasileños, la estrategia se focaliza ahora en desarrollar planes para que vengan también cuando la nieve se derrite y a lugares con geografía distintas al Sol, playas y selva.

“Algunos destinos, como la Región de Ñuble, están implementando un modelo de turismo de cuatro estaciones con el objetivo de ampliar su tradicional posicionamiento como destino invernal, transformándose en una alternativa de montaña atractiva

para todo público también en primavera y verano, y consolidándose como un polo turístico vigente durante todo el año. En primavera y verano se ofrece otro tipo de atractivos y servicios turísticos como mountain bike, senderismo, aguas termales, avistamiento de flora y fauna”, dice Janine Valenzuela, de la UDLA.

## El vino

Otro tópico es el vino: “En la zona central de Chile, en donde el desarrollo del enoturismo es de alto nivel, se está trabajando en diversificar los productos y servicios que se les ofrece a los visitantes con experiencias sensoriales inmersivas, gastronomía gourmet, en donde los visitantes extranjeros, incluyendo los brasileños, son los que más disfrutan”, acota Valenzuela.

“Otro ejemplo de diversificación de la oferta turística se observa en las regiones de Atacama y Coquimbo, donde se está impulsando el astroturismo. Esta apuesta busca ofrecer una experiencia única a nivel mundial, capaz de transformar y diferenciar la oferta turística tradicional del país”, asevera.

“Estas iniciativas no solo com-

pensan la estacionalidad, sino que amplían el atractivo del país para un público brasileño que busca experiencias únicas, culturales, activas y memorables, incluso fuera de los meses de nieve”, concluye Valenzuela.

## Pucón

Francesca Machiavello, académica de Ecoturismo de la Universidad Andrés Bello en Concepción, menciona que los brasileños “van generalmente al norte, La Serena y Coquimbo, y Viña del Mar, por su actividad nocturna y gastronómica. También funciona el turismo urbano y cultural de Santiago, mientras que Pucón trata de salir de la estacionalidad como lo hacen en la cordillera de Chillán, enfocado en las atracciones de montaña y termas”.

Jaime Guazzini, presidente de la Fedetur, menciona dos destinos consolidados y que tienen la potencialidad de atraer a los brasileños: el desierto y la Patagonia chilena. “San Pedro de Atacama está siempre lleno de brasileños y en la costa de Atacama se pueden realizar avistamientos de ballenas. Las montañas del sur, Torres del Paine, entre octubre, noviembre y abril, atrae a los brasileños en los meses de verano”.

El llamado enoturismo es una de las formas de potenciar destinos que les puedan interesar a los brasileños.



ARCHIVO