ANÁLISIS EXPERIMENTAL
RECOPILACIÓN DE REGISTROS
OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

DESTINO AYSÉN PATAGONIA

TEMPORADA ALTA
2023 | 2024 | 2025 | 2026

BRASIL

MERCADO

SISTEMA DE INFORMACIÓN Y ESTADISTICAS TURISTICAS COMUNALES
SIETUC – Octubre 2026



BRASIL

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 2
Red de Información Turística de la Patagonia 2
Resultados de acceso Públicos – Visores Gráficos 2
Operación/Funcionamiento de Oficinas de Información Turística 3
Alcance de la Información – Análisis Experimental 3
Aplicación de Variables según Oficina de Información Turística (OIT) 4

I. INFORME GENERAL MERCADO BRASILEÑO 5
1.1. Perfil general del visitante BRASILEÑO 5
A003. RANGO DE EDAD 5
A009. GRUPO DE VIAJE 6
A015. NÚMERO DE NOCHES PROGRAMADAS EN LA LOCALIDAD 6
1.2. Medio por el cual se informó de la localidad 7
A017. POR CUÁL(ES) MEDIO(S) SE INFORMÓ DE ESTA LOCALIDAD 7
1.3. Transporte utilizado 7
A021. TIPO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA RECORRER EL DESTINO 7
1.4. Consultas sobre alojamiento 8
C001.A. TIPOS DE ALOJAMIENTO CONSULTADOS 8
1.5. Servicios de alimentación consultados 8
C002.A. SELECCIONE TIPOS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN CONSULTADOS 8
1.6. Experiencias turísticas consultadas 9
C003.A. SELECCIONE SOBRE QUÉ EXPERIENCIAS TURÍSTICAS HA CONSULTADO 9
1.7. Información turística que consulta 9
D001.A. CONSULTAS SOBRE INFORMACIÓN TURÍSTICA 9
1.8. Servicios complementarios 10
D002.A. ¿Qué servicios complementarios consulta? 10

II. INFORME GENERAL MERCADO BRASIL Desagregado por Destino Turístico Regional 11
2.1. Rango de edad — A003 11
2.2. Grupo de viaje — A009 12
2.3. Noches programadas en localidad — A015 12
2.4. Medio de información — A017 13
2.5. Transporte utilizado para recorrer el territorio — A021 13
2.6. Consultas sobre Información Turística — D001.A 14
2.7. Consultas Servicios Complementarios — D002.A 14
2.8. Experiencias turísticas consultadas — C003.A 15

III. MOTIVO VISITA LOCALIDADES 16
3.1. Motivo Visita a la Localidad – Mercado BRASILEÑO GENERAL 17
3.2. Motivo Visita a la Localidad – Mercado BRASILEÑO POR RANGO ETÁREO 21
3.2.1. BRASIL — Hasta 34 años 21
3.2.2. BRASIL — 35 a 49 años 23
3.2.3. BRASIL — 50 años o más 25

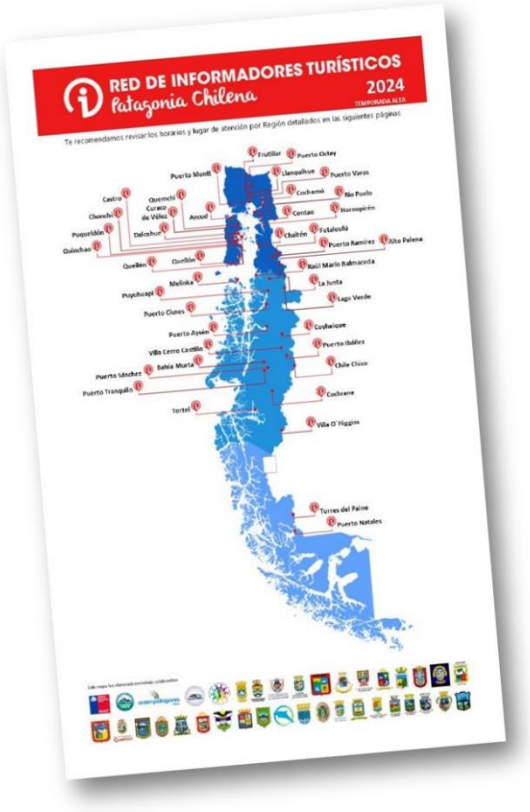
BRASIL

INTRODUCCIÓN

Red de Información Turística de la Patagonia

La RED de Informadores Turísticos de la Patagonia, ha trabajado en conjunto desde Noviembre 2021 en un proyecto articulador que centraliza los datos recopilados de las personas atendidas en las Oficinas de Información Turística (OIT).

Este Sistema de Registro de atenciones en Oficinas de Información Turística de la Macrozona Austral, es un trabajo colaborativo realizado por Sernatur Aysén y Sernatur Provincia de Palena con Municipios, Gremios de Turismo, a través de sus encargad@s de turismo, dirigent@s gremiales, informador@s turísticos y funcionarios de Sernatur, pertenecientes a los Destinos Turísticos: *Aysén Patagonia, Patagonia Costa, Lago Llanquihue, Chiloé, Patagonia Verde y Natales-Torres del Paine*.



Resultados de acceso Públicos – Visores Gráficos

Los resultados de las atenciones ingresadas al Sistema (plataforma WEB) de personas atendidas en la Oficinas de Información Turísticas de **todos los Destinos Turísticos** de la Red, se encuentran disponibles pública en la WEB de Estadísticas de Aysén Patagonia https://estadisticas.aysenpatagonia.cl/estadisticas (iniciativa financiada por el Gobierno Regional de Aysén y operada por Sernatur Aysén):

- ***Visor Gráfico de datos en Tiempo Real***

https://sietuc.aysenpatagonia.cl/dashboard/consulta/publica/registroatencionesoit

- ***Visor Gráfico Post Temporadas Altas (registros Dic-Mar)***

Temporada Alta 2026 https://estadisticas.aysenpatagonia.cl/estadisticas/reportes/SIETUC_TA2026
Temporada Alta 2025 https://estadisticas.aysenpatagonia.cl/estadisticas/reportes/SIETUC_TA2025
Temporada Alta 2024 https://estadisticas.aysenpatagonia.cl/estadisticas/reportes/TemporadaAlta2024
Temporada Alta 2023 https://estadisticas.aysenpatagonia.cl/estadisticas/reportes/OIT_TemporadaAlta2023

BRASIL

Operación/Funcionamiento de Oficinas de Información Turística

La Oficinas de Información Turísticas participantes de la Red de la Patagonia, aumentan especialmente en el período de **Temporada Alta (Diciembre-Marzo)**, debido a la estacionalidad de los flujos turísticos.

En **temporada baja**, las Oficinas de Información Turísticas (OIT) interactuando con el Sistema de recopilación de datos ***no superan las 15 OIT (7 comunas)***, pero durante **temporada alta** se acerca a las ***50 OIT*** recopilando información, que en impacto territorial son alrededor de ***27 a 29 comunas generando información***.

Desde la Temporada Alta 2023 a la Temporada Alta 2026 (periodo Dic-Mar), los **registros ingresados** por **toda la Red de la Patagonia** al Sistema centralizado de datos, alcanzan cerca de **80 mil registros**. En este mismo escenario, los registros ingresados al Sistema por las Oficinas de Información Turísticas de la **Región de Aysén llegaron a los 19 mil registros.**

Subdestino / Comuna / OIT (Localidad)	TA 2023	TA 2024	TA 2025	TA 2026	Total general
Subdestino Aysén Patagonia Queulat	**492**	**536**	**385**	**1.403**	**2.816**
Comuna de Guaitecas	**1**	**1**	**27**	**–**	**29**
OIT Guaitecas	1	1	27	–	29
Comuna de Lago Verde	**–**	**7**	**95**	**102**	**204**
OIT Lago Verde	–	7	–	31	38
OIT Villa Amengual	–	–	95	71	166
Comuna de Cisnes	**491**	**528**	**263**	**1.301**	**2.583**
OIT Raúl Marín Balmaceda	250	154	–	–	404
OIT La Junta	116	89	70	147	422
OIT Puerto Cisnes	1	92	68	260	421
OIT Puyuhuapi	124	193	125	894	1.336
Subdestino Aysén – Coyhaique	**384**	**1.803**	**1.025**	**898**	**4.110**
Comuna de Aysén	**98**	**194**	**134**	**178**	**604**
OIT Puerto Aysén	52	101	104	111	368
OIT Villa Mañihuales	46	93	30	67	236
Comuna de Coyhaique	**286**	**1.609**	**891**	**720**	**3.506**
OIT Coyhaique – Plaza de Armas (Odeón)	26	215	330	–	571
OIT Coyhaique – Terminal de Buses	260	1.394	561	720	2.935
Subdestino Chelenko	**1.171**	**2.137**	**903**	**2.251**	**6.462**
Comuna de Río Ibáñez	**1.171**	**1.073**	**358**	**1.024**	**3.626**
OIT Puerto Ibáñez	262	130	99	167	658
OIT Villa Cerro Castillo	295	416	110	252	1.073
OIT Bahía Murta	143	83	–	397	623
OIT Puerto Sánchez	115	159	40	68	382
OIT Puerto Río Tranquilo	356	285	109	140	890
Comuna de Chile Chico	**–**	**1.064**	**545**	**1.227**	**2.836**
OIT Chile Chico	–	857	524	943	2.324
OIT Mallín Grande	–	–	–	15	15
OIT Puerto Guadal	–	207	21	99	327
OIT Puerto Bertrand	–	–	–	170	170
Subdestino Provincia de Los Glaciares	**313**	**1.462**	**2,047**	**1.810**	**5.632**
Comuna de Cochrane	**–**	**865**	**1.516**	**1.312**	**3.693**
OIT Cochrane – Plaza	–	865	1.516	1.312	3.693
Comuna de Tortel	**90**	**35**	**230**	**12**	**367**
OIT Caleta Tortel	90	35	230	12	367
Comuna de O'Higgins	**223**	**562**	**301**	**486**	**1.572**
OIT Villa O'Higgins	223	562	301	486	1.572
Total general	**2.360**	**5.938**	**4.360**	**6.362**	**19.020**

Alcance de la Información – Análisis Experimental

A partir de la acumulación de registros durante 4 Temporada Altas, tenemos un número significativo de datos que nos permite realizar una primera aproximación de análisis desagregado por las principales procedencias.

País de residencia	TA 2023	TA 2024	TA 2025	TA 2026	Total general
ARGENTINA	218	672	806	1.133	2.829
FRANCIA	105	359	240	353	1.057
ALEMANIA	68	343	143	258	812
ESTADOS UNIDOS	46	239	126	180	591
ESPAÑA	60	201	111	198	570
BRASIL	**48**	**168**	**94**	**144**	**454**

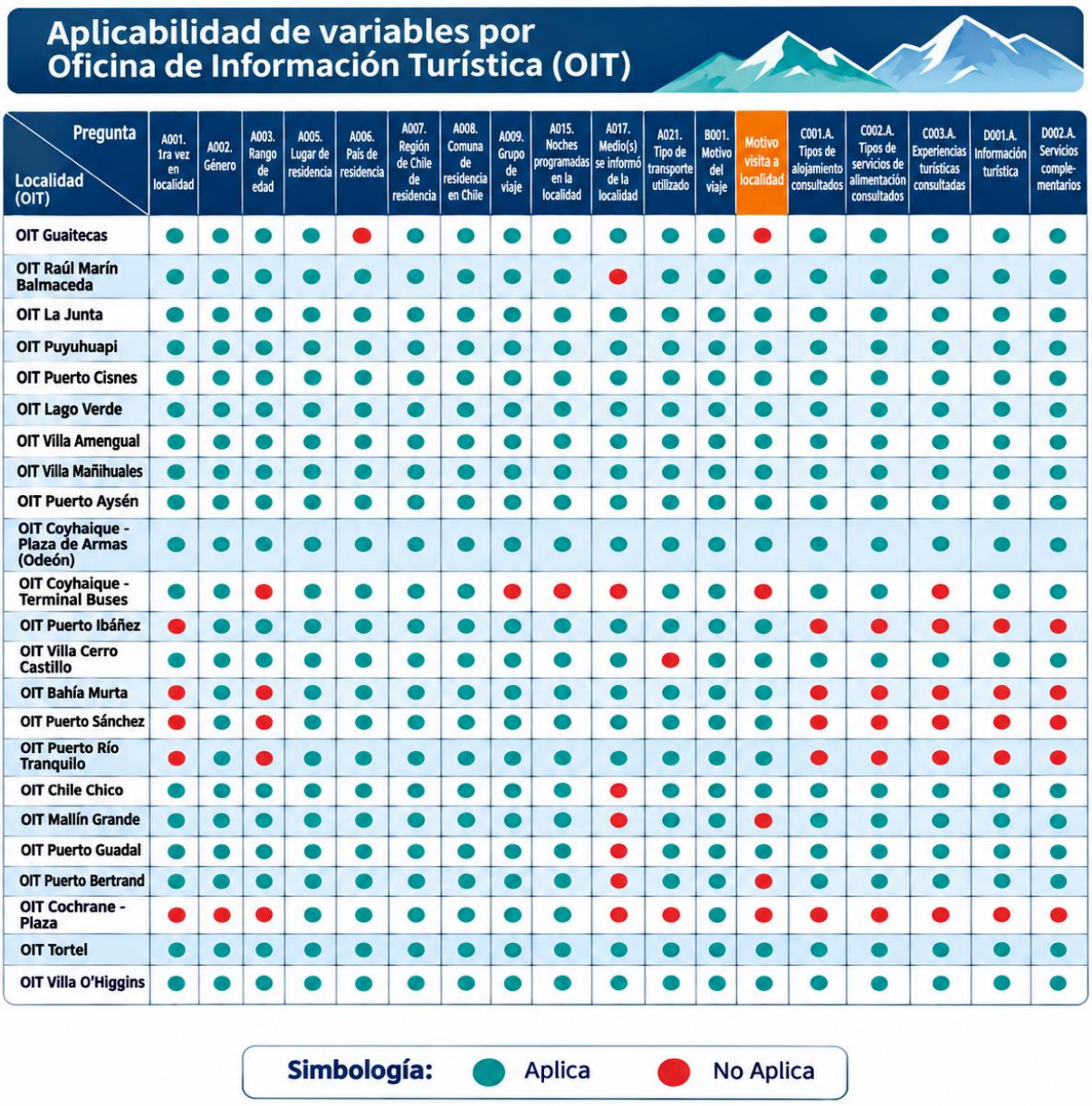
La profundidad de desagregación aspectos del viaje por cada mercado, va a depender de la cantidad de variables (preguntas) recopiladas por cada una de las Oficinas de Información Turística (OIT). Para estos efectos, **el presente informe da cuenta del análisis experimental** respecto a los datos recopilados de los **turistas BRASILEÑOS atendidos** en las OIT.

BRASIL

Aplicación de Variables según Oficina de Información Turística (OIT)

El sistema informático de centralización de datos de visitantes atendidos en la Red de OIT de la Patagonia, desde el año 2023 permite asignar preguntas según requerimiento de cada comuna (municipio y/o gremio). A partir de lo anterior, para efectos de este reporte se presentan las preguntas que son **Aplicadas** y **No Aplicadas** por cada una de las OIT.

Esta dimensión es muy relevante **para tener claridad del alcance de los resultados**. Por un lado, esto será condicionado por la dinámica del punto de información (ej: terminales de buses que son lugares de pasada y es difícil recopilar muchas variables) y los objetivos locales (de municipios y/o gremios). En este sentido, **para obtener "buenos" resultados del perfil** de los visitantes atendidos en OIT, es necesario **equilibrar** el **número de registros** con el **número de variables** que recopilan.



BRASIL

I. INFORME GENERAL MERCADO BRASILEÑO

Para este informe se considera **exclusivamente la base de datos SIETUC**, y manteniendo el criterio que venimos utilizando, el análisis corresponde al **mercado/procedencia BRASIL (A006 = BRASIL)**, con **454 registros**.

Para las preguntas de selección múltiple, las cifras son **menciones**: una persona puede aparecer en más de una categoría. En esos casos indico también el porcentaje sobre quienes respondieron esa pregunta, excluyendo "No Aplica".

1.1. Perfil general del visitante BRASILEÑO

A003. RANGO DE EDAD

De los 454 registros, 187 aparecen como "No Aplica" (porque la OIT no recopila esa información, principalmente asociado a puntos de Aeropuerto o Terminales de Buses), por lo que el análisis de edad se realiza sobre 267 respuestas válidas.

Rango de edad	Frecuencia	% de respuestas válidas
40–44 años	41	15,36%
60–64 años	37	13,86%
45–49 años	37	13,86%
55–59 años	36	13,48%
50–54 años	32	11,99%
35–39 años	28	10,49%
65–69 años	23	8,61%
30–34 años	22	8,24%
25–29 años	8	3,00%
70 años o más	2	0,75%
20–24 años	1	0,37%
Total válido	**267**	**100%**

Lectura: el mercado brasileño registrado se concentra principalmente entre los 40 y 64 años, que reúnen 183 personas, equivalente a aproximadamente 68,5% de las respuestas con edad informada.



BRASIL

A009. GRUPO DE VIAJE

Hay 419 respuestas válidas.

Grupo de viaje	Frecuencia	% de respuestas válidas
2 personas	237	56,56%
3 personas	58	13,84%
1 persona (solo/a)	57	13,60%
4 personas	41	9,79%
6 personas	9	2,15%
5 personas	9	2,15%
7 personas	3	0,72%
8 personas	3	0,72%
9 personas	1	0,24%
Más de 10 personas	1	0,24%
Total válido	**419**	**100%**

Lectura: El 56,6% viaja en grupos de dos personas, seguido por grupos de tres personas y viajeros solos.

A015. NÚMERO DE NOCHES PROGRAMADAS EN LA LOCALIDAD

Hay 419 respuestas válidas.

Noches programadas	Frecuencia	% de respuestas válidas
1 noche	156	37,23%
2 noches	144	34,37%
Sin pernoctación / de paso	50	11,93%
3 noches	42	10,02%
4 noches	15	3,58%
7 noches	4	0,95%
10 noches	3	0,72%
5 noches	2	0,48%
6 noches	2	0,48%
Más de 10 noches	1	0,24%
Total válido	**419**	**100%**

Lectura: El patrón 71,6% es claramente de estadías cortas 1 o 2 noches **por localidad**.

1.2. Medio por el cual se informó de la localidad

A017. POR CUÁL(ES) MEDIO(S) SE INFORMÓ DE ESTA LOCALIDAD

Existen 91 personas con respuesta válidas, con un **total de 142 menciones** (pregunta de selección múltiple) de medios por los que se informaron de las localidades.

Medio de información	Menciones	% de respuestas con información
Web / Internet / plataformas de turismo	**53**	**37,3%**
Recomendaciones de familia o amigos	**34**	**23,9%**
Redes sociales	**26**	**18,3%**
TV, radio, revistas o periódicos	18	12,7%
Otro	6	4,2%
Ya estuvo en la localidad	4	2,8%
Agencia de viajes (oficina)	1	0,7%

Lectura: el mercado BRASILEÑO tiene una fuerte tendencia de informarse a través de **Internet/web/plataformas turísticas,** seguido por recomendaciones personales y redes sociales**.**

1.3. Transporte utilizado

A021. TIPO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA RECORRER EL DESTINO

De los 454 registros, **281 presentan transporte informado**.

Tipo de transporte	Frecuencia	% de respuestas válidas
Auto – Jeep – Camioneta	**132**	**47,0%**
Casa rodante	**71**	**25,3%**
Motocicleta	37	13,2%
Bus	20	7,1%
Bicicleta	18	6,4%
A dedo – mochileando	2	0,7%
Barco – Ferry	1	0,4%
Total válido	**281**	**100%**

Lectura: Se observa una fuerte orientación hacia la movilidad terrestre independiente. **Auto/Jeep/Camioneta y casa rodante** concentran conjuntamente 72,3% de las respuestas válidas. **Motocicletas** cuenta con un considerable 3er lugar con 13,2% utilizado por el mercado Brasileño.

1.4. Consultas sobre alojamiento

C001.A. TIPOS DE ALOJAMIENTO CONSULTADOS

56 personas que consultaron sobre tipos de alojamiento en localidades, realizaron **64 menciones**:

Tipo de alojamiento	Menciones	% de consultantes
Cabañas	**27**	**42,2%**
Camping	**17**	**26,6%**
Hostal–Residencial	8	12,5%
Hotel	4	6,3%
Hostel	3	4,7%
Otro	3	4,7%
Casa de familia	1	1,6%
Lodge	1	1,6%

Lectura: Entre los visitantes de residencia BRASIL que consultaron por alojamiento, las consultas se concentran principalmente en las **cabañas y camping**

1.5. Servicios de alimentación consultados

C002.A. SELECCIONE TIPOS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN CONSULTADOS

Las consultas sobre tipos de servicio de alimentación realizadas por 65 personas, **alcanzaron 91 menciones**:

Servicio de alimentación	Menciones	% sobre menciones
Restaurante	**41**	**45,1%**
Cafetería	**24**	**26,4%**
Mercado / muestra costumbrista / cocinerías	10	11,0%
Bar – cervecería	9	9,9%
Otro	3	3,3%
Comida rápida	2	2,2%
Despacho a domicilio	2	2,2%

Lectura: el **restaurante** concentra ampliamente las consultas respecto a servicios de alimentación, seguido por **cafeterías** y en 3er orden las ***expresiones locales de gastronomía*** junto a ***Bar-Cervecerías.***

1.6. Experiencias turísticas consultadas

C003.A. SELECCIONE SOBRE QUÉ EXPERIENCIAS TURÍSTICAS HA CONSULTADO

Existen 273 menciones relacionadas a las experiencias turísticas consultadas.

Experiencia	Menciones	% menciones
Naturaleza	**131**	**48,0%**
Cultural	47	17,2%
Deporte aventura	38	13,9%
Navegación	24	8,8%
Relajo y salud	22	8,1%
Otro	6	2,2%
Gastronomía	5	1,8%

Principal conclusión

Aquí aparece con mucha claridad el perfil BRASILEÑO:

NATURALEZA → CULTURA → AVENTURA → NAVEGACIÓN→ RELAJO Y SALUD

Si bien el mercado brasileño presenta un alto interés en experiencias relacionadas a la Naturaleza, a diferencia de otros mercados turísticos distribuyen interés de en otras actividades a experienciar.

1.7. Información turística que consulta

D001.A. CONSULTAS SOBRE INFORMACIÓN TURÍSTICA

379 registros de menciones respecto a consultas de información turística requerida

Información consultada	Menciones	% menciones
Mapas o planos	**136**	**35,9%**
Folletería	**64**	**16,9%**
Datos de contacto de servicios turísticos locales	**54**	**14,3%**
Lugar de compra de tickets	40	10,6%
Horario de buses	36	9,5%
Horario de barcaza	31	8,2%
Termas cercanas	8	2,1%
Lugares de producción	6	1,6%
Arriendo de vehículos	4	1,1%

Lectura: la información que necesita el mercado BRASILEÑO es principalmente **operativa y de movilidad** más **servicios turísticos locales**.

1.8. Servicios complementarios

D002.A. ¿Qué servicios complementarios consulta?

556 personas que respondieron afirmativamente generaron **755 menciones**:

Servicio complementario	Menciones	% menciones
Baños públicos	24	27,3%
Supermercado / almacén / verdulería / carnicería / pescadería	15	17,1%
Banco o cajero automático	14	15,9%
Bencineras	11	12,5%
Cambio de moneda extranjera	9	10,2%
Vulcanización / gomería	8	9,1%
Servicios de salud	4	4,6%
Farmacias	3	3,4%

Lectura: la información que necesita el mercado BRASILEÑO es principalmente **operativa, movilidad y abastecimiento**

II. INFORME GENERAL MERCADO BRASIL
Desagregado por Destino Turístico Regional

Desagregando el mercado BRASIL por los cuatro destinos turísticos regionales: Aysén Patagonia Queulat, Aysén-Coyhaique, Chelenko y Provincia de Los Glaciares. La base BRASIL suma **454 registros**, distribuidos así:

Destino	Registros BRASIL	% del mercado BRASILEÑO
Aysén Patagonia Queulat	72	15,9%
Aysén-Coyhaique	61	13,4%
Chelenko	173	38,1%
Provincia de los Glaciares	148	32,6%
Total	**454**	**100%**

Criterio: para preguntas de selección múltiple, los resultados son **menciones**; una persona puede mencionar más de una categoría. Para porcentajes se utiliza como denominador el total de respuestas válidas de cada pregunta dentro de cada destino.

2.1. Rango de edad — A003

Para simplificar el resultado de rango de edad, los datos de se agrupa en: **hasta 34 años / 35–49 / 50 años o más**.

Destino	18 – 34 Años	35–49 Años	50 Años o más	Respuestas válidas
Aysén Patagonia Queulat	7 (9,7%)	22 (30,6%)	**43 (59,7%)**	**72 (100%)**
Aysén-Coyhaique	1 (3,8%)	**12 (46,2%)**	**13 (50,0%)**	**26 (100%)**
Chelenko	15 (12,9%)	**51 (44,0%)**	**50 (43,1%)**	**116 (100%)**
Provincia de los Glaciares	8 (15,1%)	**21 (39,6%)**	**24 (45,3%)**	**53 (100%)**

Lectura comparativa:

Independiente de los destinos turísticos regionales, la edad de los **turistas BRASILEÑOs** que fueron atendidos en las Oficinas de Información Turística, responde a un rango de **edad superior a los 35 años.** El rango más joven (18-34 años) tiene mayor participación en los destinos Chelenko y Glaciares.

2.2. Grupo de viaje — A009

Respuestas validas 419.

Destino	Solo/a	2 personas	3 personas	4 personas	5+
Aysén Patagonia Queulat	7 (9,7%)	**34 (47,2%)**	11 (15,3%)	12 (16,7%)	8 (11,1%)
Aysén-Coyhaique	3 (11,5%)	**17 (65,4%)**	4 (15,4%)	2 (7,7%)	0 (0,0%)
Chelenko	26 (15,0%)	**101 (58,4%)**	26 (15,0%)	12 (6,9%)	8 (4,6%)
Provincia de Los Glaciares	21 (14,2%)	**85 (57,4%)**	17 (11,5%)	15 (10,1%)	10 (6,8%)

Diferencia principal:

En los cuatro destinos, sin embargo, **el grupo de dos personas es el principal**, superando o casi el 50% de representación en cada destino turístico.

2.3. Noches programadas en localidad — A015

Respuestas validas 2.677.

Destino	1 noche	2 noches	3 noches	4 noches	5+ noches	Sin pernoctación
Aysén Patagonia Queulat	**44 (61,1%)**	**16 (22,2%)**	1 (1,4%)	1 (1,4%)	0 (0,0%)	**10 (13,9%)**
Aysén-Coyhaique	**10 (38,5%)**	2 (7,7%)	3 (11,5%)	3 (11,5%)	2 (7,7%)	**6 (23,1%)**
Chelenko	**55 (31,8%)**	**55 (31,8%)**	18 (10,4%)	8 (4,6%)	4 (2,3%)	**33 (19,1%)**
Provincia de Los Glaciares	**47 (31,8%)**	**71 (48,0%)**	**20 (13,5%)**	3 (2,0%)	6 (4,1%)	1 (0,7%)

Diferencia principal:

- Según los datos recopilados, las localidades **Coyhaique-Aysén y Aysén Patagonia Queulat,** presentan **estadías cortas (1-2 noches)** o **sin pernoctación.**
- La estadía programada en localidades de **Chelenko presentan un** patrón bastante similar de **1–2 noches** concentran la mayor parte de las estadías. Y la situación de no pernoctación están asociada a Chile Chico que es dinámica fronteriza (paso Jeinimeni) y la cercanía con Argentina (Localidad de Los Antiguos), crea condiciones territoriales que inicide en la decisión de estar de paso por la localidad.
- En términos de noches programadas en los destinos turísticos regionales, Provincia de Los Glaciares y sus dinámicas logística y conectividad, inciden en la necesidad de aumentar el tiempo de pernoctación (por ejemplo. Villa O´Higgins, donde situaciones excepcionales harían que los visitantes estén de paso)



BRASIL

2.4. Medio de información — A017

Se recopilaron 92 registros con un total de **142 menciones**.

Aquí se consideran **menciones**, porque es una pregunta de selección múltiple.

Destino	Principal medio	2.º	3.º
Aysén Patagonia Queulat	Web/Internet **35 (41,2%)**	Familia/amigos **15 (17,6%)**	Televisión/Radio/Prensa **15 (32,8%)**
Aysén-Coyhaique	Web/Internet **6 (50,0%)**	Redes sociales 5 **(41,7%)**	Familia/amigos **1 (8,3%)**
Chelenko	Familia/amigos **7 (53,8%)**	Web/Internet **4 (30,8%)**	RRSS y Visita Anterior **1 (7,7%)**
Provincia de Los Glaciares	Familia/amigos **11 (34,4%)**	Redes sociales **8 (25,5%)**	Web/Internet **8 (25,5%)**

Diferencia estratégica:

Lo **turistas BRASILEÑOs**, destacan estar informados por **plataformas WEB/Internet** y **Recomendaciones de familia/amigos**.

.

2.5. Transporte utilizado para recorrer el territorio — A021

Respuestas válidas 276.

Destino	1.º	2.º	3.º
Aysén Patagonia Queulat	Auto/Jeep/Camioneta **33 (45,8%)**	Casa Rodante **21 (29,2%)**	Bicicleta **8 (11,1%)**
Aysén-Coyhaique	Auto/Jeep/Camioneta **14 (53,8%)**	Motocicleta **5 (19,2%)**	Bus **4 (15,4%)**
Chelenko	Auto/Jeep/Camioneta **67 (46,2%)**	Casa Rodante **44 (30,3%)**	Bus **13 (9,0%)**
Provincia de Los Glaciares	Auto/Jeep/Camioneta **18 (47,4%)**	Motocicleta **15 (39,5%)**	Casa Rodante **3 (7,9%)**

Diferencia clave:

Aunque varían los porcentajes del tipo de transporte utilizados por **los brasileños** para **recorrer el territorio**, se caracterizan porque los medios **Auto/Jeep/Camioneta. En segundo orden**, los destinos turísticos desde norte a sur (de forma intercalada) son recorridos por brasileños preferentemente utilizando **Casa Rodante y Motocicletas**.

2.6. Consultas sobre Información Turística — D001.A

De forma transversal, en todos los destinos se solicitan material de apoyos offline de viaje (mapa, planos, folletería) e información de servicios turísticos disponible en las localidades. Aysén-Coyhaique, como centros principales de distribución regional, requieren mayor diversidad de tipos de información turística.

Tipo de información	Aysén Patagonia Queulat	Aysén-Coyhaique	Chelenko	Provincia de Los Glaciares
Mapas o planos	**39 (42,4%)**	**52 (25,7%)**	**46 (46,0%)**	**10 (35,7%)**
Folletería	10 (10,9%)	**28 (13,9%)**	**22 (22,0%)**	**9 (32,1%)**
Contactos de servicios turísticos locales	**13 (14,1%)**	**29 (14,4%)**	11 (11,0%)	6 (21,4%)
Horarios de buses	1 (1,1%)	**45 (22,3%)**	3 (3,0%)	
Lugares de compra de tickets	**19 (20,7%)**	21 (10,4%)	3 (3,0%)	
Horarios de barcazas	1 (1,1%)	22 (10,9%)	12 (12,0%)	2 (7,1%)
Termas cercanas	6 (6,5%)	2 (1,0%)		
Lugares de producción o venta de artesanía	1 (1,1%)	1 (0,5%)	3 (3,0%)	1 (3,6%)
Arriendo de vehículos	2 (2,2%)	2 (1,0%)		

2.7. Consultas Servicios Complementarios — D002.A

Existen requerimientos de información que están asociadas a las dinámicas de movilidad en las localidades de los destinos y esencialmente asociado a la infraestructura pública y servicios complementarios disponibles.

Servicio complementario	Aysén Patagonia Queulat	Aysén-Coyhaique	Chelenko	Provincia de Los Glaciares
Baños públicos	**8 (25,8%)**	1 (10,0%)	**11 (33,3%)**	**4 (28,6%)**
Supermercados, almacenes y comercios de alimentos	**5 (16,1%)**	1 (10,0%)	4 (12,1%)	**5 (35,7%)**
Bancos y cajeros automáticos	**7 (22,6%)**	**2 (20,0%)**	4 (12,1%)	1 (7,1%)
Bencineras	4 (12,9%)	**3 (30,0%)**	4 (12,1%)	
Cambio de moneda extranjera	2 (6,5%)		**7 (21,2%)**	
Vulcanización y gomería	3 (9,7%)	**2 (20,0%)**	3 (9,1%)	
Servicios de salud		1 (10,0%)		**3 (21,4%)**

2.8. Experiencias turísticas consultadas — C003.A

Este es probablemente uno de los indicadores **más relevantes para comparar el posicionamiento de los cuatro destinos**. Se destacan los motivos que superan el 10% de las menciones realizadas en los destinos.

Destino	Naturaleza	Cultural	Deporte aventura	Navegación	Relajo y salud	Gastronomía
Aysén Patagonia Queulat	**43 (47,8%)**	**14 (15,6%)**	5 (5,6%)	**10 (11,1%)**	**17 (18,9%)**	1 (1,1%)
Aysén-Coyhaique	**22 (50,0%)**	**11 (25,0%)**	**6 (13,6%)**	2 (4,5%)		3 (6,8%)
Chelenko	**52 (51,0%)**	**13 (12,7%)**	**21 (20,6%)**	9 (8,8%)	4 (3,9%)	1 (1,0%)
Provincia de Los Glaciares	**14 (37,8%)**	**9 (24,3%)**	**6 (16,2%)**	3 (8,1%)	1 (2,7%)	

Diferenciación de los destinos:

AYSÉN PATAGONIA QUEULAT → Naturaleza + bienestar + cultura + navegación

Este destino se diferencia por actividades asociadas a Bienestar (turismo wellness).

AYSÉN-COYHAIQUE → Naturaleza + cultura

El eje Coyhaique y Puerto Aysén, se caracteriza principalmente por las actividades asociadas a Naturaleza (Áreas Silvestres Protegidas y recursos asociados a agua) y Cultura (Museo Regional, Puente Ibañez, entre otros).

CHELENKO → Naturaleza + aventura + cultura

Es el destino Chelenko donde las actividades de aventura y asociadas al lago General Carrera son las más consultadas.

GLACIARES → Naturaleza + cultura + aventura

Aunque la muestra válida de esta pregunta es pequeña, aparece una combinación de naturaleza y experiencias asociadas a territorios remotos, finalización de carretera Austral y patrimonio cultural



BRASIL

III. MOTIVO VISITA LOCALIDADES

Una de las preguntas claves posterior a la procedencia de los turistas, es “qué les motiva” realizar visita a las localidades. Bajo esta premisa, al 90% de las preguntas formuladas para todas las Oficinas de Información Turística (OIT) son similares o iguales, una pregunta que aplicaron casi todas las OIT, tenía relación a indagar específicamente el motivo de visita a las localidades.

Si bien la pregunta basal es la misma, l@s encargad@s de turismo y/o dirigent@s de gremios turísticos, tuvieron la libertad de crear las alternativas de respuesta para su comuna y/o localidad.

En general, se presentaron 4 casos:

1. Comuna como Cochrane que decidieron no aplicar la pregunta,
2. Comuna como Ancud que el mismo listado fue utilizado para cada una de sus OIT (5) que aplicaron la pregunta,
3. Comunas de Cisnes o Comuna de Río Ibáñez que en sus diversidad de localidades y atributos que cada una tiene, realizaron un listado para cada localidad/OIT y
4. Comunas que cuentan con una sola OIT, por tanto, crearon un solo listado.

En cada listado, como coordinadores técnicos (profesional Programa FNDR Sistema de Información – Sernatur Aysén) no hicimos ninguna intervención, con el objetivo que teniendo los actuales resultados podremos generar la reflexión/aprendizaje de validar o modificar las alternativas de respuesta a esta pregunta tan relevante para el desarrollo del turismo desde lo local.

El valor real de este trabajo realizado por cada unos de los equipos municipales y/o de gremios, es que se pueden identificar los Iconos Turísticos por cada localidad, que en cualquier tipo de estudio se identifican, acompañado de elementos o atracciones locales que pueden complementar (y potencialmente extender) la visita de los turistas BRASILEÑOs en las localidades.

El volumen de datos, nos permite visibilizar resultados experimental desde 2 perspectivas:

a) desde el total de respuestas (3.1) y
b) desde una desagregación por rangos de edad (3.2)

Y cada apartado (3.1. y 3.2.) cuenta con una **tabla de frecuencia y** finalizando un **mapa/imagen que resume la tabla** presentada al inicio.

3.1. Motivo Visita a la Localidad – Mercado BRASILEÑO GENERAL

Localidad	Motivo de visita	Frecuencia
La Junta	Parque Urbano Las Bardas	1
	Lago Rosselot	1
	Termas El Sauce	1
	Punto de alojamiento en Carretera Austral en conexión Ruta Bimodal	1
Puyuhuapi	Visitas a Ventisquero Colgante Queulat	45
	Termas	16
	Patrimonio cultural (alemanes y su colonización)	7
	Fiesta costumbrista Curanto y Kuchen	2
	Actividades de trekking en rutas establecidas del pueblo y alrededores	1
	Actividades de navegación	1
Puerto Cisnes	Navegación a Isla Magdalena y avistamiento de delfines	5
	Senderos dentro de Puerto Cisnes	5
	Alojamiento y descanso durante el recorrido	4
	Sendero Bosque Encantado (Queulat)	4
	Conexión con la barcaza, generalmente a Quellón	1
	Gastronomía: pescado o mariscos	1
Villa Amengual	Lugar ideal para encontrar tranquilidad y descanso	2
	Conocer y contemplar atractivos naturales y paisajes	1
	Otro	1
	Disponibilidad de alojamiento y comercio para desplazarse a atractivos turísticos	1
Villa Mañihuales	Ubicación para visitar por el día Parque Nacional Queulat y Puerto Aysén	2
	Alojamiento para desplazarse a otros lugares turísticos, en un entorno rural tranquilo y seguro	1
	Puente Piedra	1
Puerto Aysén	Puente Presidente Ibáñez	5
	Bahía Acantilada	5
	Cascada La Virgen	4
	Recorrer la Carretera Austral	4
	Puerto Chacabuco	4
	Laguna de los Coipos	4
	Cascada del León	3
	Fiordo Aysén	3
	Lago Riesco	3
	Parque Aiken	3
	Turismo urbano en la ciudad de Aysén	2
	Reserva Río Simpson	2
	Laguna San Rafael	1
	Cerro Cordón (escalada)	1
	Galería de artesanos	1

BRASIL

Localidad	Motivo de visita	Frecuencia
Coyhaique	Visitar áreas silvestres protegidas (RN Coyhaique, RN Río Simpson, MN Dos Lagunas y PN Cerro Castillo)	10
	Porque es parte de la Carretera Austral	8
	Conocer y contemplar atractivos naturales y paisajes	8
	Abastecimiento de productos o servicios (combustible, supermercado, farmacia e insumos)	7
	Realizar trekking en los alrededores	6
	Visitar el Museo Regional de Aysén	2
	Asistir a eventos programados, fiestas costumbristas o eventos deportivos	1
Puerto Ibáñez	Cruce Puerto Ibáñez–Chile Chico en barcaza, viaje por Carretera Austral	7
	Visitar el Salto del Río Ibáñez	7
	Artesanía en greda y otros elementos	6
	Experiencias turísticas: trekking, cabalgata y escalada	4
	Actividades culturales o deportivas	2
	Cruce Puerto Ibáñez–Chile Chico en barcaza, trayecto Argentina	1
	Otro	1
Villa Cerro Castillo	Visitar Parque Nacional Cerro Castillo	22
	Porque es parte de la Carretera Austral	12
	Realizar actividades de turismo aventura	5
	Visitar Escuela y paredón de las Manos	5
	Realizar actividades de escalada	2
Bahía Murta	Cercanía a Puerto Sánchez, Cavernas de Mármol, Capillas de Mármol y Parque Nacional Laguna San Rafael	14
	Características del pueblo y su entorno paisajístico	7
	Otro	4
	Tranquilidad y confianza	4
	Visitar termas	1
Puerto Sánchez	Conocer sus atractivos naturales	5
	Paseo Cavernas de Mármol	4
	Gastronomía local	2
	Conocer su patrimonio cultural	2
	Realizar actividades de turismo aventura	2
Puerto Río Tranquilo	Capillas de Mármol	22
	Laguna San Rafael (desde Bahía Exploradores)	10
	Porque es parte de la Carretera Austral	10
	Glaciar Exploradores	8
	Realizar actividades de turismo aventura	1
	Glaciar Leones	1
	Por trabajo	1



BRASIL

	Motivo de visita	Frecuencia
Chile Chico	Parque Nacional Patagonia (Jeinimeni)	23
	Carretera Austral	22
	Visitar Capillas de Mármol	16
	Conexión con Argentina por el paso fronterizo Jeinimeni	15
	Circuito Cueva de las Manos, Piedra Clavada y Valle Lunar	15
	Otro	8
	Por el microclima	6
	Actividades en el lago General Carrera	3
	Trekking de 4 días por la ruta de los valles en el Parque Patagonia	1
	Sendero a Lago Verde	1
Puerto Guadal	Otro	9
	Cascada El Maqui	6
	Trekking Lago Leones	2
	Fósiles San Martín–Guadal	2
	Playas Las Ágatas y/o Guadal	1
	Pesca en Lago Chelenko	1
	Parque Patagonia, sector El Furioso	1
	Mina Escondida	1
Caleta Tortel	Conocer el patrimonio cultural e histórico de la comuna	4
	Porque es parte de la Carretera Austral	3
	Conexión ruta Tortel–Puerto Edén–Puerto Natales	2
	Conocer glaciar Jorge Montt y glaciar Steffen	2
	Conocer la Isla de los Muertos	2
	Navegación entre fiordos y canales en lancha o kayak	1
	Otro	1
Villa O'Higgins	Llegar al final de la Carretera Austral	45
	Conocer Villa O'Higgins como destino	14
	La localidad forma parte de la ruta Carretera Austral	4
	Conocer su patrimonio cultural	4
	Turismo rural	1
	Conocer Campos de Hielo Sur (glaciar O'Higgins)	1

BRASIL


MOTIVOS DE VISITA POR LOCALIDAD
MERCADO BRASILERO
El tamaño de cada motivo representa la proporción de menciones registradas por personas de Brasil en cada localidad.
1. LA JUNTA
Parque Urbano Las Bardas
Lago Rosselot
Termas El Sauce
Punto de alojamiento en Carretera Austral en conexión Ruta Bimodal
2. PUYUHUAPI
Ventisquero Colgante Queulat
Termas
Patrimonio cultural (alemanes)
Fiesta costumbrista Curanto y Kuchen
Trekking
Navegación
3. PUERTO CISNES
Navegación a Isla Magdalena y avistamiento de delfines
Senderos Puerto Cisnes
Alojamiento y descanso
Sendero Bosque Encantado (Queulat)
Barcaza a Quellón
Gastronomía
4. VILLA AMENGUAL
Tranquilidad y descanso
Naturaleza y paisajes
Otro
Alojamiento y comercio para desplazarse a atractivos
5. VILLA MAÑIHUALES
Parque Nacional Queulat y Puerto Aysén
Alojamiento en entorno rural
Puente Piedra
6. PUERTO AYSÉN
Puente Ibáñez
Bahía Acantilada
Cascada La Virgen
Carretera Austral
Puerto Chacabuco
Laguna de los Coipos
Otras atracciones
7. COYHAIQUE
Áreas silvestres protegidas
Carretera Austral
Naturaleza y paisajes
Abastecimiento (• servicios)
Trekking
Museo Regional
8. PUERTO IBÁÑEZ
Cruce en barcaza a Chile Chico
Salto del Río Ibáñez
Artesanía en greda
Trekking, cabalgata y escalada
9. VILLA CERRO CASTILLO
Parque Nacional Cerro Castillo
Carretera Austral
Turismo aventura
Escuela Y
Escalada
10. BAHÍA MURTA
Cavernas de Mármol y entorno
Pueblo y paisajes
Otro
Termas
11. PUERTO SÁNCHEZ
Atractivos naturales
Paseo Cavernas de Mármol
Gastronomía local
Patrimonio cultural
Turismo aventura
12. PUERTO RÍO TRANQUILO
Capillas de Mármol
Laguna San Rafael (Exploradores)
Carretera Austral
Glaciar Exploradores
Aventura
13. CHILE CHICO
Parque Nacional Patagonia (Jeinimeni)
Carretera Austral
Capillas de Mármol
Paso fronterizo Jeinimeni
Cueva de las Manos y Valle Lunar
Por el microclima
Lago General Carrera
14. PUERTO GUADAL
Otro
Cascada El Maqui
Trekking Lago Leones
Fósiles San Martín-Guadal
Playas y lagos
Pesca
Parque Patagonia
Mina Escondida
15. CALETA TORTEL
Patrimonio cultural e histórico
Carretera Austral
Conexión ruta Tortel-Puerto Edén-Puerto Natales
Glaciar Jorge Montt y Steffen
Isla de los Muertos
Navegación en fiordos y canales
16. VILLA O'HIGGINS
Final de la Carretera Austral
Villa O'Higgins como destino
Ruta Carretera Austral
Ruta Carretera Austral
Patrimonio cultural
Ruta a Puerto Edén-Puerto Natales
Glaciar O'Higgins
Naturaleza

3.2. Motivo Visita a la Localidad – Mercado BRASILEÑO POR RANGO ETÁREO

En BRASIL hay **277 registros con rango de edad válido**: 31 hasta 34, 106 entre 35–49 y 130 de 50 años o más. Las frecuencias exclusivamente sobre el Excel adjunto, filtrando:

1. A006. País de residencia = BRASIL
2. A003. Rango de edad, agrupado en:
   - Hasta 34 años
   - 35 a 49 años
   - 50 años o más
3. Las variables sección BA de motivo de visita que fueron definidas para las 16 localidades.
4. Se excluyen "No Aplica".
5. Una persona puede generar más de una mención si seleccionó varios motivos.

Sin consultas válidas: Puerto Ibáñez, Bahía Murta, Puerto Sánchez y Puerto Río Tranquilo, que si las Oficinas de Información Turística, no recopilaban los datos de Rango de Edad, por tanto no puede ser realizado el análisis de este apartado, pero pueden obtener información al respecto desde el apartado anterior con datos agregados (3.1.)

3.2.1. BRASIL — Hasta 34 años

Localidad	Motivo de visita	Frecuencia
Puyuhuapi	Ventisquero Colgante Queulat	2
	Patrimonio cultural (colonización alemana)	1
Puerto Cisnes	Navegación a Isla Magdalena y avistamiento de delfines	2
	Senderos de Puerto Cisnes	1
	Alojamiento y descanso	1
	Gastronomía (pescados y mariscos)	1
Villa Amengual	Tranquilidad y descanso	1
Puerto Aysén	Recorrer la Carretera Austral	1
Villa Cerro Castillo	Parque Nacional Cerro Castillo	5
	Escuela y/o arte rupestre	2
	Turismo aventura	2
	Carretera Austral	1
	Escalada	1
Chile Chico	Conexión con Argentina por paso Jeinimeni	2
	Capillas de Mármol	2
	Carretera Austral	2
	Parque Nacional Patagonia (Jeinimeni)	2
	Trekking de cuatro días por la ruta de los valles	1

	Microclima	1
	Otro	1
Puerto Guadal	Cascada El Maqui	1
Caleta Tortel	Patrimonio cultural e histórico	2
	Conexión Tortel–Puerto Edén–Puerto Natales	1
	Carretera Austral	1
	Isla de los Muertos	1
Villa O'Higgins	Final de la Carretera Austral	6
	Localidad en la ruta Carretera Austral	1
	Conocer Villa O'Higgins como destino	1



3.2.2. BRASIL — 35 a 49 años

Localidad	Motivo de visita	Frecuencia
La Junta	Parque Urbano Las Bardas	1
	Termas El Sauce	1
	Alojamiento en Carretera Austral, conexión ruta bimodal	1
Puyuhuapi	Ventisquero Colgante Queulat	14
	Patrimonio cultural (colonización alemana)	2
	Trekking en el pueblo y alrededores	1
	Fiesta costumbrista Curanto y Kuchen	1
Puerto Cisnes	Alojamiento y descanso	3
	Navegación a Isla Magdalena y avistamiento de delfines	2
	Sendero Bosque Encantado (Queulat)	2
	Senderos de Puerto Cisnes	2
	Conexión en barcaza a Quellón	1
Villa Amengual	Tranquilidad y descanso	1
Villa Mañihuales	Alojamiento rural para visitar otros destinos	1
	Puente Piedra	1
Coyhaique	Áreas silvestres protegidas	9
	Atractivos naturales y paisajes	6
	Carretera Austral	5
	Trekking en los alrededores	5
	Abastecimiento de productos y servicios	5
	Museo Regional de Aysén	2
	Eventos programados, costumbristas o deportivos	1
Villa Cerro Castillo	Parque Nacional Cerro Castillo	10
	Carretera Austral	7
	Turismo aventura	2
	Escuela y/o arte rupestre	2
Chile Chico	Carretera Austral	11
	Parque Nacional Patagonia (Jeinimeni)	9
	Capillas de Mármol	9
	Conexión con Argentina por paso Jeinimeni	7
	Otro	5
	Cueva de las Manos, Piedra Clavada y Valle Lunar	4
	Actividades en lago General Carrera	2
	Microclima	1
Puerto Guadal	Otro	3
	Cascada El Maqui	2
	Playas Las Ágatas y/o Guadal	1
	Pesca en lago Chelenko	1

BRASIL

Villa O'Higgins	Final de la Carretera Austral	20
	Conocer Villa O'Higgins como destino	8
	Localidad en la ruta Carretera Austral	2
	Patrimonio cultural	2
	Turismo rural y aventura	1
	Campos de Hielo Sur (glaciar O'Higgins)	1





BRASIL

3.2.3. BRASIL — 50 años o más

Localidad	Motivo de visita	Frecuencia
La Junta	Lago Rosselot	1
Puyuhuapi	Ventisquero Colgante Queulat	29
	Termas	16
	Patrimonio cultural (colonización alemana)	4
	Navegación	1
	Fiesta costumbrista Curanto y Kuchen	1
Puerto Cisnes	Senderos de Puerto Cisnes	2
	Sendero Bosque Encantado (Queulat)	2
	Navegación a Isla Magdalena y avistamiento de delfines	1
Villa Amengual	Atractivos naturales y paisajes	1
	Otro	1
	Alojamiento y comercio para visitar otros atractivos	1
Villa Mañihuales	Ubicación para visitar Parque Nacional Queulat y Puerto Aysén	2
Puerto Aysén	Bahía Acantilada	5
	Puente Presidente Ibáñez	5
	Cascada La Virgen	4
	Puerto Chacabuco	4
	Laguna de los Coipos	4
	Fiordo Aysén	3
	Cascada del León	3
	Carretera Austral	3
	Lago Riesco	3
	Parque Aiken	3
	Turismo urbano	2
	Reserva Río Simpson	2
	Laguna San Rafael	1
	Galería de artesanos	1
	Cerro Cordón (escalada)	1
Coyhaique	Carretera Austral	3
	Abastecimiento de productos y servicios	2
	Atractivos naturales y paisajes	2
	Áreas silvestres protegidas	1
	Trekking en los alrededores	1
Villa Cerro Castillo	Parque Nacional Cerro Castillo	7
	Carretera Austral	4
	Escuela y/o arte rupestre	1
	Turismo aventura	1
	Escalada	1



BRASIL

Chile Chico	Parque Nacional Patagonia (Jeinimeni)	12
	Cueva de las Manos, Piedra Clavada y Valle Lunar	11
	Carretera Austral	9
	Conexión con Argentina por paso Jeinimeni	6
	Capillas de Mármol	5
	Microclima	4
	Otro	2
	Actividades en lago General Carrera	1
	Sendero a Lago Verde	1
Puerto Guadal	Otro	6
	Cascada El Maqui	3
	Trekking Lago Leones	2
	Fósiles San Martín–Guadal	2
	Parque Patagonia, sector El Furioso	1
	Mina Escondida	1
Caleta Tortel	Patrimonio cultural e histórico	2
	Glaciares Jorge Montt y Steffens	2
	Carretera Austral	2
	Conexión Tortel–Puerto Edén–Puerto Natales	1
	Navegación entre fiordos y canales	1
	Otro	1
	Isla de los Muertos	1
Villa O'Higgins	Final de la Carretera Austral	19
	Conocer Villa O'Higgins como destino	5
	Patrimonio cultural	2
	Localidad en la ruta Carretera Austral	1

BRASIL


MOTIVOS DE VISITA POR LOCALIDAD
EN LA REGIÓN DE AYSÉN – MERCADO BRASILEÑO
RANGO DE EDAD: 50 AÑOS O MÁS
TOTAL DE MENCIONES 179
El tamaño de cada motivo representa la proporción de menciones registradas por personas de Brasil de 50 años o más en cada localidad.
1. LA JUNTA
Motivo de visita Menciones
Lago Rosselot 1
2. PUYUHUAPI
Motivo de visita Menciones
Ventisquero Colgante Queulat 29
Termas 16
Patrimonio cultural (alemanes) 4
Navegación 1
Fiesta costumbrista curanto y Kuchen 1
3. PUERTO CISNES
Motivo de visita Menciones
Senderos Puerto Cisnes 2
Sendero Bosque Encantado (Queulat) 2
Navegación a Isla Magdalena y avistamiento de delfines 1
4. VILLA AMENGUAL
Motivo de visita Menciones
Atractivos naturales y paisajes 1
Otro 1
Alojamiento y comercio para visitar otros atractivos 1
5. VILLA MAÑIHUALES
Motivo de visita Menciones
Ubicación para visitar Parque Nacional Queulat y Puerto Aysén 2
6. PUERTO AYSÉN
Motivo de visita Menciones
Bahía Acantilada 5
Puente Presidente Ibáñez 5
Cascada La Virgen 4
Puerto Chacabuco 4
Laguna de los Coipos 4
Fiordo Aysén 3
Cascada del León 3
Carretera Austral 3
Lago Riesco 3
Parque Aiken 3
7. COYHAIQUE
Motivo de visita Menciones
Carretera Austral 3
Abastecimiento de productos y servicios 2
Atractivos naturales y paisajes 2
Áreas silvestres protegidas 1
Trekking 1
9. VILLA CERRO CASTILLO
Motivo de visita Menciones
Parque Nacional Cerro Castillo 7
Carretera Austral 4
Escuela y/o arte rupestre 1
Turismo aventura 1
Escalada 1
13. CHILE CHICO
Motivo de visita Menciones
Parque Nacional Patagonia (Jeinimeni) 12
Cueva de las Manos y Valle Lunar 11
Carretera Austral 9
Conexión con Argentina (paso Jeinimeni) 6
Capillas de Mármol 5
Microclima 4
Actividades en Lago General Carrera 1
Sendero a Lago Verde 1
14. PUERTO GUADAL
Motivo de visita Menciones
Otro 6
Cascada El Maqui 3
Trekking Lago Leones 2
Fósiles San Martín–Guadal 2
Parque Patagonia, sector El Furioso 1
Mina Escondida 1
15. CALETA TORTEL
Motivo de visita Menciones
Patrimonio cultural e histórico 2
Glaciares Jorge Montt y Steffen 2
Carretera Austral 2
Conexión ruta Tortel–Puerto Edén–Puerto Natales 1
Navegación entre fiordos y canales 1
Isla de los Muertos 1
16. VILLA O'HIGGINS
Motivo de visita Menciones
Final de la Carretera Austral 19
Conocer Villa O'Higgins como destino 5
Patrimonio cultural 2
Localidad en la ruta Carretera Austral 1
Aysén, naturaleza que inspira

Esta iniciativa que es coordinada por Sernatur de la Región de Aysén, es financiada a través de los Programa FNDR de Turismo aprobados por el Gobierno Regional y su Consejo Regional.

Los resultados presentados en este documento, se sustenta en el compromiso de dirigentes gremiales de turismo, profesionales municipales, informador@s turistic@s, profesionales de Sernatur Aysén y Sernatur Provincia de Palena, que de forma colaborativa han construido un red de confianza para ser el 1er sistema de información turístico de Chile en pos de generar información estadística desde lo local.

L@s protagonistas que han participado
en al menos una Temporada Alta 2023-2026

REGIÓN DE LOS LAGOS
Sernatur Provincia de Palena
Municipios de Puerto Octay, Frutillar, Llanquihue y Puerto Varas
Municipio de Puerto Montt, Cochamó, Hualaihué, Chaitén, Futaleufú y Palena
Municipio de Ancud, Quemchi, Dalcahue, Curaco de Vélez, Quinchao, Castro, Chonchi, Puqueldón, Queilén y Quellón

REGIÓN DE AYSÉN
Sernatur Región de Aysén
Municipios de Guaitecas, Cisnes, Lago Verde, Aysén, Coyhaique,
Río Ibáñez, Chile Chico, Cochrane, Tortel y O´Higgins.
Gremios de Turismo de: Puyuhuapi, Villa Mañihuales, Raúl Marin Balmaceda y Corporación Cerro Castillo

REGIÓN DE MAGALLANES
Municipio de Natales